#1

RIDLEY SCOTT — DER UNBÄNDIGE

NOVAK DJOKOVIC RÄUMT AUF

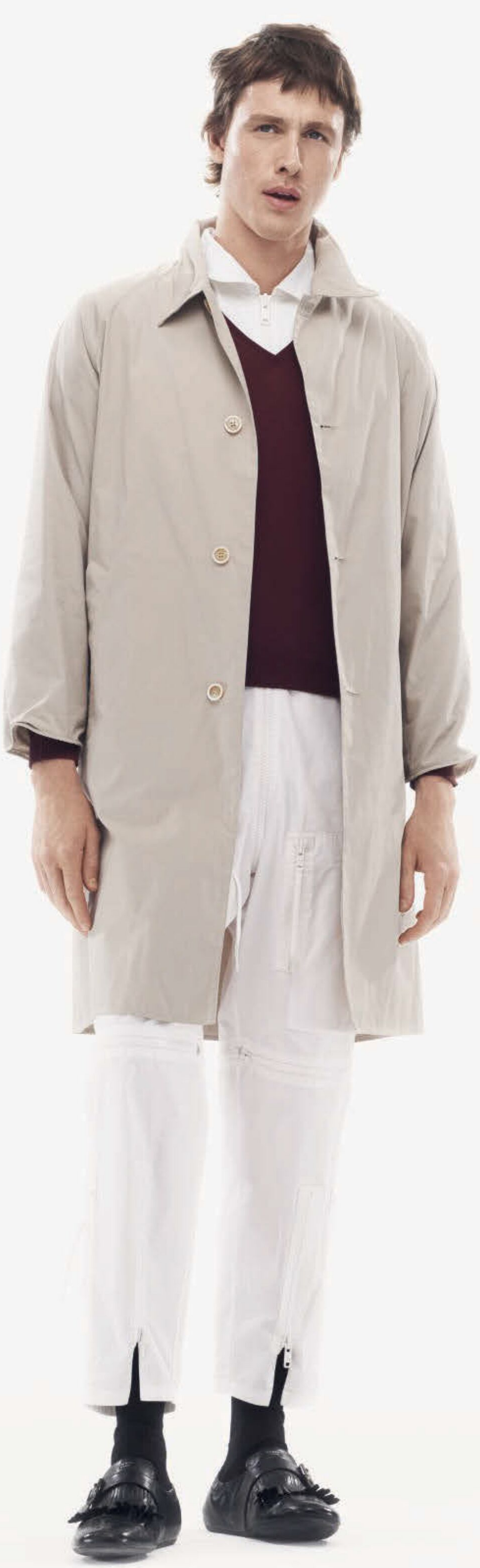
LUCIANO — UNTER-NEHMEN RAP

MICHAEL B. JORDAN

ENTHÜLLT SEINEN MASTERPLAN

dior.com – 069 29 99 34 67

DIOR



PRADA.COM

PRADA

Where Light Finds Us
George MacKay by Xavier Dolan, 2025

GUCCI

FENDI.COM

Ren Meguro, artist

FENDI
ROMA
1925

loropiana.com

Loro Piana

Ω
OMEGA
3861
MASTER CO-AXIAL
TWENTY SIX JEWELS (26)
SWISS
8242 18/8

SPEEDMASTER MOONWATCH
Co-Axial Master Chronometer

PRÄZISION

Unsere Liebe zum Detail spiegelt sich in allem, was wir tun. Unsere erfahrenen Uhrmacherinnen und Uhrmacher haben Jahre gebraucht, um die komplexe und dennoch leistungsstarke Mechanik des OMEGA Co-Axial Kalibers 3861 zu entwickeln. Ein Moonwatch Uhrwerk, das für seine herausragende Präzision, Leistungskraft und Magnetresistenz als Master Chronometer zertifiziert ist. Wir erreichen dieses hohe Niveau, indem wir viel Zeit investieren und es mit den Details ganz genau nehmen. Ohne Kompromisse. Das ist OMEGA Präzision.

OMEGA

#Precision

GIORGIO ARMANI

01/März

GQ World

Editorial..... 19

Fashion Drops..... 25

Faces..... 31

News..... 43

Beauty: Frischekick..... 54

Tech: Handsigniert..... 56

Watches: Blickfang Zifferblatt..... 58

Watches-Kolumne: Die zweite Chance für eine übersehenen Ikone..... 60

Cars: Less but Better..... 64

Drinks: Die Magie der Agave..... 70

Features

Michael B. Jordan: No Time to Slow Down..... 74

Novak Djokovic hat Tennis einmal durchgespielt – doch er hat noch einiges vor..... 86

Accessoires: Unboxing..... 104

Trend-Report 2025..... 118

Luciano: „Sie denken groß, aber ich denke größer“... 132

USM Haller: Wie die bunten Regale die grauen Wohnungen der Millennials übernehmen..... 140

Jaguar 2.0..... 146

Ridley Scott schaut nicht zurück..... 152

Die große Neubesetzung..... 162

Travel:Afrika..... 170

Drink der Saison: Salicutti Milk Punch..... 186

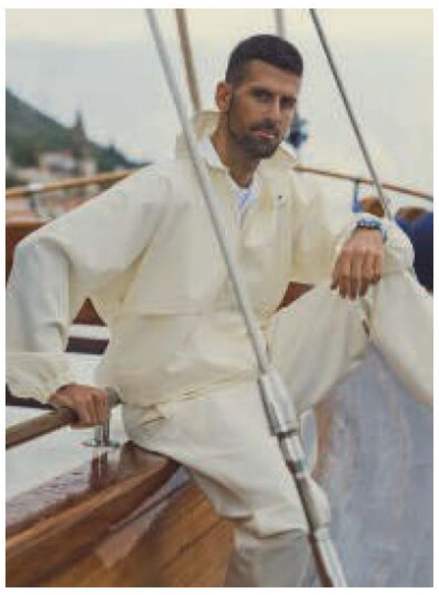
AUF DEM COVER
Michael B. Jordan

Fotos von Jack Bridgland. Styling von Mobolaji Dawodu. Jacke, **Rick Owens.** Uhr, **Richard Mille.** Ohrring und Ring, **David Yurman.** Grills, **Alligator Jesus.**

GQ HYPE
Luciano

Fotos von Marius Knieling. Styling von Léon C. Romeike. Look, **Ferragamo.**

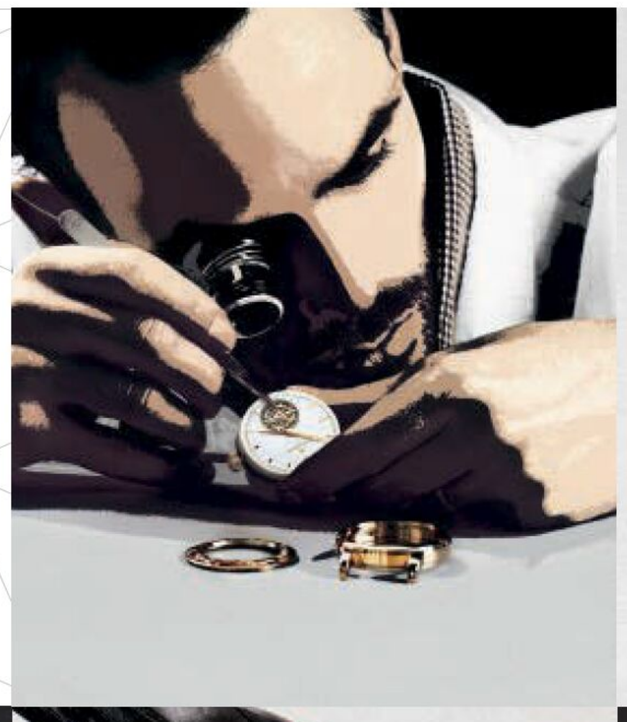
UNSER DIGITALES COVER
Novak Djokovic

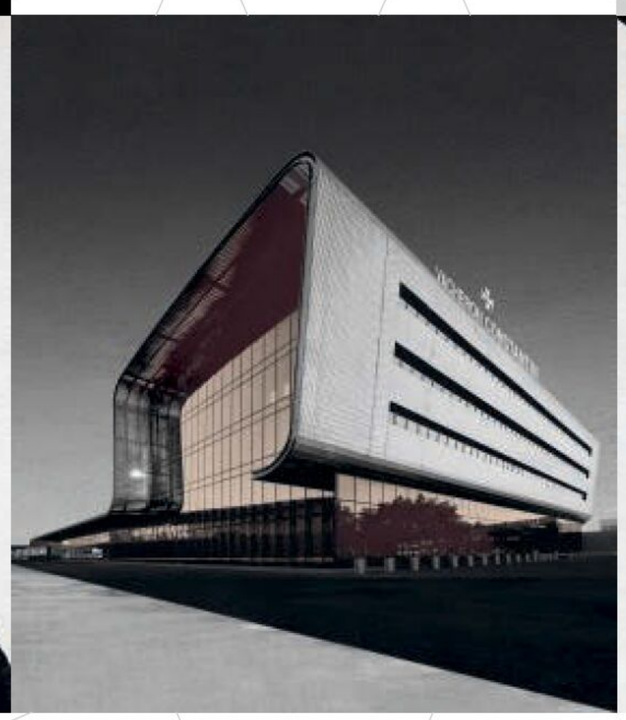


Fotos von Gregory Harris. Styling von Tobias Frericks. Jacke, Hemd und Hose, **Lacoste.** Uhr, **Hublot.**

270 YEARS
OF DOING BETTER
IF POSSIBLE

And That is always Possible





270
ANNIVERSARY

1755 BEGINNT IN GENF EIN STREBEN.
EIN STREBEN NACH EXZELLENZ IN DER UHRMACHERKUNST.
EIN STREBEN AUS LEIDENSCHAFT, BEHARRLICHKEIT UND MEISTERHAFTIGKEIT.
EIN STREBEN, „ES BESSER ZU MACHEN, WENN MÖGLICH.
UND DAS IST IMMER MÖGLICH“.
EIN NIEMALS ENDENDES STREBEN.

VACHERON CONSTANTIN FEIERT SEIT 270 JAHREN DAS STREBEN NACH EXZELLENZ.

the Quest

VACHERON CONSTANTIN
GENÈVE

ERFAHREN SIE MEHR AUF VACHERON-CONSTANTIN.COM

KONTAKTIEREN SIE UNS: +49 89 203 03 1755

01/März

Für unsere Coverstory mit Michael B. Jordan siehe Seite 74.

Jumpsuit, **Rick Owens.** Schuhe, **Crocs.** Ohrringe, **David Yurman.**

STYLING: MOBOLAJI DAWODU.

FOTO VON **JACK BRIDGLAND**

VOLVO

Der Volvo EX40 Black Edition.

Der ideale Begleiter für jeden Moment.

Jetzt ab 385 € leasen.*

Mehr erfahren auf volvocars.de/EX40

*Ein Gewerbekunden-Kilometer-Leasing-Angebot der Volvo Car Financial Services – ein Service der Santander Consumer Leasing GmbH (Leasinggeber), Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach – für einen Volvo EX40 Single Motor Extended Range Plus Black Edition, 1-Gang-Automatikgetriebe, Antriebsart elektrisch, 190 kW (258 PS). Monatliche Leasingrate 385,00 Euro, Vertragslaufzeit 48 Monate, Laufleistung pro Jahr 5.000 km, Leasing-Sonderzahlung 0,00 Euro. Angebot zzgl. Überführungskosten, und zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Bonität vorausgesetzt. Gültig bis 31.03.2025. Ausgeschlossen sind spezielle Kundengruppen wie z. B. Taxis, Fahrschulen und Mietwagen. Beispielfoto eines Fahrzeugs der Baureihe, die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeugs sind nicht Bestandteil des Angebots.

Stromverbrauch: 17,1 kWh/100 km; CO_2-Emission: 0 g/km; (kombinierte WLTP-Werte); CO_2-Klasse A.

Film als Medium hat heutzutage viel Konkurrenz,

Tobias Frericks
HEAD OF EDITORIAL CONTENT

DAS IST NICHT NEU. Inzwischen setzt sich aber die Erkenntnis durch, dass uns die Filmkunst immer noch viel zu sagen hat. Denn sie schafft es, anders als die kurzen Clips in unseren Socials, uns für ein paar Stunden in andere Welten zu entführen. Filme laden uns ein, tiefer einzutauchen und komplexe, nie gesehene Geschichten zu erleben.

DOCH WAS MACHT einen Film unvergesslich? Nicht allein die Geschichte, die er erzählt, sondern vor allem die Menschen, die ihn zum Leben erwecken. Schauspieler:innen, die uns berühren, faszinieren oder herausfordern – und deren Besetzung weit mehr ist als eine organisatorische Entscheidung. Das zeigt sich an der zentralen Position, die Casting-direktor:innen heute im Filmgeschäft innehaben. Sind sie für den Erfolg und Nichterfolg eines Films etwa so wichtig wie die Regisseur:innen selbst? In seiner Reportage ab Seite 162 geht mein Kollege Ulf Pape dieser Frage nach.

DER REGISSEUR RIDLEY SCOTT würde sie vermutlich verneinen. Auf der Suche nach dem Lucius für seinen „Gladiator 2“ sei es Paul Mescals römisch anmutende Nase gewesen, die ihn von dem Schauspieler überzeugt habe. Was der 87-jährige Scott, dem wir „Blade Runner“, „Alien“ und „House of Gucci“ verdanken, über seine Jahrzehnte im Business zu erzählen hat, lesen Sie in unserem Porträt. Unsere Covergeschichte mit Michael B. Jordan ergänzt das Thema Film um die Perspektive eines Schauspielers, der als *fan favorite* gilt – trotz weitgehender Nichtbeachtung durch die Kritik.

FILME SPIEGELN UNSERE Kultur und Gesellschaft. Schauen Sie hin.

FOTO VON **BELLA LIEBERBERG**

GQ GERMANY

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
Tobias Frericks

REDAKTION

ART PRODUCTION **Bianca Traub, Stephanie Thurmair**

VISUALS EDITOR **Alexa von Arnim**

DIRECTOR NEWS **Mathias Ottmann**

STYLE EDITOR **Manuela Hainz**

SENIOR CULTURE EDITOR **Ulf Pape**

SENIOR LUXURY EDITOR **Laura Bähr**

ADAPTATION **Angelika Watta, Daniel Bilinski**

CONTENT OPERATIONS **Lisa Watermann, Anne Schuller**

SOCIAL MEDIA **Maren Busch**

AFFILIATE **Raffaela Herrmann, Helena Ziogas, Joshua Scholl**

SEO **Vanessa Schwenk, Zuzanna Sztefic**

PRODUCTION DIRECTOR **Michael Gschrei**

DIRECTOR TALENT CASTING **Dominik Wimmer, Franziska Sölch**

MITARBEITER:INNEN DIESER AUSGABE
Alejandra Hauser, Anne Waak, Audrey Solomon, Guillaume Blondiau, Léon C. Romeike, Magnus Lechner, Marius Knieling, Ulf Lippitz, Veerle Formannoij

SCHLUSSREDAKTION **Lektornet**

VERANTWORTLICH FÜR DEN REDAKTIONELLEN INHALT DES MAGAZINS
Tobias Frericks

GQ GLOBAL

GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR (U.S.)
Will Welch

DEPUTY GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR (BRITISH GQ)
Adam Baidawi

HEADS OF EDITORIAL CONTENT

GQ FRANCE **Claire Hazan**, GQ INDIA **Che Kurrien**, GQ ITALY **Federico Sarica** ,GQ JAPAN **Jun Ishida**, GQ MEXICO & LATIN AMERICA **Alejandro Ortiz**, GQ MIDDLE EAST **Amine Jreissati**, GQ SPAIN **Daniel Borrás**, GQ TAIWAN **Kevin Wang**

GLOBAL DIRECTOR OF EDITORIAL OPERATIONS
Sarah Schmidt

GLOBAL CREATIVE DIRECTOR
Roxanne Behr

GLOBAL CONTENT DEVELOPMENT DIRECTOR
Daniel Riley

GLOBAL DIRECTOR OF CONTENT STRATEGY
Joel Pavelski

GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTOR
Dana Mathews

GLOBAL FASHION DIRECTOR
Miles Pope

GLOBAL COMMERCE CATEGORY DIRECTOR, GQ/FASHION
Martin Mulkeen

GLOBAL VIDEO PROGRAMMING & STRATEGY DIRECTOR
Leo Fernandez

GLOBAL DIRECTOR, AUDIENCE DEVELOPMENT, SOCIAL & ANALYTICS
Neha-Tamara Patel

GLOBAL DESIGN DIRECTOR
Keir Novesky

GLOBAL VISUALS PRODUCTION DIRECTOR
Victoria Graham

GLOBAL PRODUCTION DIRECTOR
Jim Gomez

GLOBAL RESEARCH DIRECTOR
Mick Rouse

SENIOR GLOBAL CONTENT PLANNING MANAGER
Becca Peters

MANAGING DIRECTOR EUROPE
Natalia Gamero Del Castillo

DEPUTY MANAGING DIRECTOR EUROPE
Anita Gigovskaya

DIRECTOR OF FINANCE
Roland Riedesser

COMMERCIAL

CHIEF BUSINESS OFFICER
Andrea Latten

BRAND DIRECTOR GQ
Susanne Pfeiffer

SALES

COMMERCIAL DIRECTOR FASHION & LUXURY
Dorina Geilenkirchen

COMMERCIAL DIRECTOR AUTOMOTIVE, MEDIA, ENTERTAINMENT, FINANCE, TECH, BEAUTY & HEALTH
Susanne Pfeiffer

COMMERCIAL DIRECTOR HOME & TRAVEL
Maik Homeyer

ENTERPRISE

EXECUTIVE DIRECTOR COMMERCIAL MANAGEMENT
Katharina Schumm
Christiane Binder-Herr

CN COMMERCIAL CREATIVE

DIRECTOR OF CN COMMERCIAL CREATIVE
Christine Bierhals

VIDEO

HEAD OF VIDEO
Moritz Mebesius

DIGITAL MEDIA

DIRECTOR DIGITAL MEDIA
Lana Lurch

FREIE ANZEIGENVERTRETUNGEN

FRANKREICH/SPANIEN, BELGIEN, SCHWEIZ FASHION
Nina Neuhaus
nina.neuhaus@condenast.de
Tel. +33 6 88 58 71 74

SCHWEIZ
Christian Keller
christian@kellermedia.eu
Tel. +33 (468) 492837

CONSUMER

CONSUMER BUSINESS LEAD GERMANY
Kathrin Ölscher

CIRCULATION
Karin Baumsteiger
Antonia Meder

SUBSCRIPTION
Blanka Kiss
Sve Folkmer

MARKETING
Elisabeth Sewald
Nathalie Prym

AFFILIATE
Nhi Nguyen
(Brand Relations & Partnerships),
Sarah Riechwald
(Visual & Photo Content)

PRINT PRODUCTION

PRODUCTION DIRECTOR EMEA
Enrico Rotondi
Brigitte Gorissen
Joachim Renz
produktion@condenast.de

DIGITALE VORSTUFE
Hyphen Media srl
Viale Lombarida 5/a,
24050 Orio Al Serio (BG), Italien

DRUCK
Vogel Druck und Medienservice GmbH
Leibnizstr. 5, 97204 Höchberg

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION/PR

VP COMMUNICATIONS
Bernie Torres

COMMUNICATIONS DIRECTOR CN GERMANY
Laura Sodano

JUNIOR PR MANAGER
Sara Laterza

Published by
CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER **Roger Lynch**
CHAIRMAN OF THE BOARD **Jonathan Newhouse**
CHIEF REVENUE OFFICER **Elizabeth Herbst-Brady**
CHIEF CONTENT OFFICER **Anna Wintour**
CHIEF FINANCIAL OFFICER **Nick Hotchkin**
CHIEF PEOPLE OFFICER **Stan Duncan**
CHIEF COMMUNICATIONS OFFICER **Danielle Carrig**
CHIEF OF STAFF **Samantha Morgan**
CHIEF PRODUCT & TECHNOLOGY OFFICER **Sanjay Bhakta**
CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER **Christiane Mack**

WORLDWIDE EDITIONS

France: AD, GQ, Vanity Fair, Vogue
Germany: AD, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, Vogue
India: AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vogue
Italy: AD, Condé Nast Traveller, GQ, La Cucina Italiana, Vanity Fair, Vogue, Wired
Japan: GQ, Vogue, Wired
Mexico and Latin America: AD, Glamour, GQ, Vogue, Wired
Middle East: AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vogue
Spain: AD, Condé Nast Traveler, Glamour, GQ, Vanity Fair, Vogue
Taiwan: GQ, Vogue
United Kingdom: Condé Nast Johansens, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, House & Garden, Tatler, The World of Interiors, Vanity Fair, Vogue, Vogue Business, Wired
United States: AD, Allure, Ars Technica, Bon Appétit, Condé Nast Traveler, epicurious, Glamour, GQ, LOVE, Pitchfork, Self, Teen Vogue, Them, The New Yorker, Vanity Fair, Vogue, Wired

PUBLISHED UNDER JOINT VENTURE

Brazil: Glamour, GQ, Vogue

PUBLISHED UNDER LICENSE OR COPYRIGHT COOPERATION

Adria: Vogue
Australia: GQ, Vogue
Bulgaria: Glamour
China: AD, Condé Nast Traveler, GQ, Vogue
Czech Republic and Slovakia: Vogue, Wired
Greece: Vogue
Hong Kong: Vogue, Vogue Man
Hungary: Glamour
Korea: Allure, GQ, Vogue
Middle East: Wired
Philippines: Allure, Vogue
Poland: AD, Glamour, Vogue
Portugal: GQ, Vogue
Scandinavia: Vogue
Singapore: Vogue
South Africa: Glamour, GQ, House & Garden
Thailand: GQ, Vogue
The Netherlands: Vogue
Turkey: GQ, Vogue
Ukraine: Vogue

Bekanntmachung gemäß Art. 8 Absatz 3 Bayerisches Pressegesetz: Alleinige Gesellschafterin der Condé Nast Germany GmbH ist die Condé Nast International Ltd., London, UK, deren alleinige Gesellschafterin die Condé Nast International Inc., NY, USA ist.

Vertrieb / Einzelverkauf: MZV Moderner Zeitschriften Vertrieb GmbH & Co. KG, Ansprechpartner: Hacina Zerari, Ohmstraße 1, 85716 Unterschleißheim, Telefon +49 89 319 06-0

Abonnement-Betreuung Deutschland und Ausland: GQ Leserservice, Condé Nast Kundenservice, Postfach 20080 Hamburg, Telefon(DE): 0800-6070803, E-Mail: abo@gq-magazin.de. Preis für Jahresabonnement (6 Ausgaben): Print: 42,50 € (D); 42,50 € (AUT); 65 sfr (CH). Inklusive Porto, Versandkosten und gesetzlicher MwSt. Digital: 24,99 € (D); 24,99 € (AUT); 25 sfr (CH). Restliches Ausland auf Anfrage. Bestellung von Einzelheften: Preise, Verfügbarkeit und Bestellung unter gq-magazin.de/einzelhefte. Für weitere Fragen erreichen Sie uns telefonisch unter 0800-6070803 (aus dem Ausland unter 089 / 12 14 08 25) oder per Mail an condenast@dpv.de.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 28, gültig ab 1.1.2025. © 2025 Condé Nast Germany GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlags strafbar. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen.

ISSN-Nr. 1434-5560

GQ erscheint in der **Condé Nast Germany GmbH, Oskar-von-Miller-Ring 20, 80333 München**, Telefon: **089 38104-0, mail@condenast.de, www.condenast.de, gqpost@gq.de, www.gq.de**

HOMME PLISSÉ

ISSEY MIYAKE

isseymiyake.com

© 2024 ISSEY MIYAKE INC.

OLYMP

Matthew McConaughey
Actor and Oscar-Winner

olymp.com

gellner.com

GELLNER

THE SPIRIT OF PEARLS

GQ World

Drops

Diese Tennisschuhe von Prada aus Nylon und Wildleder läuten die Rückkehr der schlanken Sneakers ein (780 €). Weitere Paare mit flacher Sohle finden Sie auf der folgenden Seite.

Diese drei Styles dominieren den Frühling

Willkommen in der neu gestalteten Rubrik von GQ, in der wir in jeder Ausgabe aktuelle Trends aus der Menswear aufzeigen, die Ihre Aufmerksamkeit verdienen – und vielleicht sogar einen Platz in Ihrem Kleiderschrank.

Von YANG-YI GOH

FOTOS VON **BOWEN FERNIE**
STYLING VON **BRANDON TAN**

HOSE VON PRADA; SOCKEN VON FALKE.

GQ World Drops

Flache Sneakers

Sneaker, 690€ von **Miu Miu.**

Sneaker, 110€ von **Puma.**

Sneaker, 750€ von **Ferragamo.**

Sneaker, 595€ von **Wales Bonner.**

Sneaker, 435 € von **Dries Van Noten.**

→ Nach Jahren, in denen Designer-Schuhe mit immer breiteren Sohlen ausgestattet wurden, ist die aktuelle Silhouette plötzlich erschreckend schlank geworden. Sie spielen mit einer bestimmten Retro-Ästhetik und wirken dabei wie eine Mischung aus Bowling- und Rennfahrschuhen. Die Sohle ist so gut wie gar nicht mehr vorhanden. So muss auch die Frage nach der passenden Hose neu verhandelt werden. Hier empfiehlt sich ein breites Hosenbein, damit das schlanke Profil der Sneakers zur Geltung kommt. Gleichzeitig will man aber auch nicht, dass die Hosen *zu* breit sind – schließlich sollen die Trend-Sneakers, die darunter hervorblitzen, noch deutlich zu erkennen sein. Verzwickt, aber nicht unlösbar.

Wilde Gürtel

→ Ihrem Look fehlt das gewisse Etwas? Dann empfehlen wir Ihnen, die Aufmerksamkeit auf die Taille zu lenken – indem Sie diese mit einem besonderen Gürtel schmücken. Die Devise lautet also: kein Halt vor kräftigen Farben, verschiedenen Materialien und auffälligen Nieten. Am einfachsten ist es natürlich, wenn Sie den Rest des Outfits schlicht halten, damit der Gürtel auch richtig zur Geltung kommt. Gleichzeitig kann ein so lautes Accessoire auch dazu ermutigen, ein gewagteres Ensemble anzugehen. Eine Tendenz, die dazu einlädt, sich auszuprobieren.

Gürtel, 83€ von **Brigade.**

Gürtel, 450€ von **Bode.**

Gürtel, 1590€ von **Alexander McQueen.**

Gürtel, 290€ von **Our Legacy.**

Gürtel, 94€ von **Appenzeller Gurt.**

Gürtel, 1590€ von **Tom Ford.**

SET DESIGN: BARBARA EISEN VON MARK EDWARD INC. WALES BONNER, MCQUEEN UND TOM FORD: COURTESY OF THE BRANDS.

LIVE LOOSE
Levi's®
©2025 LEVI STRAUSS & CO.
Shop the Look auf levi.com

GQ World Drops

Karo-muster überall

Hemd, 1438€ von **Saint Laurent.**

Hose, 750€ von **Emporio Armani.**

Shorts, 149€ von **Hackett.**

Mantel, 2300€ von **Ami Paris.**

Sonnenbrille, 306€ von **Krewe.**

Jacke, 2860€ von **Thom Browne.**

Tasche, 2070€ von **Hermès.**

Uhr, 13100€ von **Cartier.**

Hemd, 349€ von **Polo Ralph Lauren.**

→ Wenn es kariert ist, ist es gerade verdammt angesagt. Dabei bleibt es nicht bei den allseits bekannten Flanellhemden aus der Grunge-Ära, die derzeit wieder überall sind. Auch Trenchcoats und filigrane Armbanduhren werden jetzt mit Karomustern überdeckt. Unser Rat, wie man all das am besten kombiniert? Suchen Sie sich ein paar Teile mit unterschiedlich großen Mustern aus und ziehen Sie diese einfach übereinander an. Kariertes Hemd zur Karojacke? Warum nicht.

Adaptiert von Angelika Watta.

GQ FAVORITES
GUESS CROSSBODY BAG

Bei welchen Stücken lohnt es sich, sie in den Warenkorb zu legen? Ein Plädoyer für unsere Favoriten.

Unterwegs möchten wir unsere essenziellen Sachen griffbereit und sicher verstaut wissen. In der Menswear übernehmen oft Hosen- und Jackentaschen diese Aufgabe. Dabei bleibt jedoch eine stilvolle Möglichkeit ungenutzt. Die Crossbody Bag von **Guess** mit zwei Fächern sorgt für Ordnung, schnellen Zugriff und dank Reißverschlüssen auch für Sicherheit. Ein Stück, das funktional und elegant zugleich ist.

Tasche, 85€ von **Guess.**

HERMÈS, CARTIER, AMI PARIS: COURTESY OF THE BRANDS. TRAVIS SCOTT: GETTY IMAGES. MATTY MATHESON: RAYMOND HALL/GETTY IMAGES.

IKONIK IS

KARL LAGERFELD

KARL.COM

BOSS.COM

BOSS

THE SCENT

THE NEW REFILLABLE FRAGRANCES

GQ World

Faces

Pamela Anderson

Berührend, überzeugend und voller Tiefe: In „The Last Showgirl“ beeindruckt die Schauspielerin mit einer oscarreifen Performance.

FOTO: CLAIRE ROTHSTEIN VON SCHIERKE HOTTAS ARTISTS.

IN EINEM ROTEN BADEANZUG wurde Pamela Anderson in den 1990er-Jahren zum Sexsymbol. Die Rolle der C.J. Parker in der Serie „Baywatch“ brachte ihr Ruhm ein – und wurde zum Fluch: Lange machten vor allem Andersons Brüste, ein gestohlenes Pornovideo und ihre gescheiterten Ehen Schlagzeilen in der Boulevardpresse. Es folgte ein unaufhaltsamer Abstieg bis ins deutsche „Big Brother“-Haus. Sie selbst brachte die absurde Dynamik ihrer Karriere mal so auf den Punkt: „Meine Brüste hatten eine fabelhafte Karriere – ich bin einfach immer mitgegangen.“ Heute ist Pamela Anderson weit mehr als das Klischee der naiven, sexy Blondine. Längst hat sie sich neu erfunden, engagiert sich sozial und politisch, ist überzeugte Unterstützerin des Whistleblowers Julian Assange und der Umweltorganisation Sea Shepherd. Sie spricht offen über die Vergewaltigungen in ihrer Kindheit und tritt ungeschminkt vor die Kameras. Daneben treibt sie ihre Karriere als seriöse Schauspielerin voran. In ihrem neuesten Film „The Last Showgirl“ von Gia Coppola spielt sie Shelly, ein alterndes Showgirl in Las Vegas, das seine besten Zeiten längst hinter sich hat. Abend für Abend tritt Shelly in der „Razzle Dazzle Show“ auf, einer der letzten Revuen am Strip. Anderson verleiht ihrer Figur eine berührende Naivität und tiefe Verletzlichkeit, wenn sie beim Casting auf die Frage nach ihrem Alter mit „36“ antwortet (Anderson selbst ist 57), einsam vor der Leinwand tanzt oder den Vater ihrer Tochter fragt: „Bin ich schön?“. Im Kontrast dazu steht ihre abgeklärte Freundin (Jamie Lee Curtis), die – mittlerweile zu alt für die Show – als Barkeeperin arbeitet. Auch Shelly wird mit der harten Realität des Showbiz konfrontiert, als ihre Show durch einen „Dirty Circus“ ersetzt werden soll. Es ist das jähe Ende ihrer Karriere, für das sie die jahrelange Entfremdung von ihrer Tochter Hannah, Einsamkeit und Demütigung in Kauf genommen hat. Pamela Anderson gelingt es, die Tragik und Würde eines Menschen zu zeigen, der unbeirrt an seinem Traum festhält, um Anerkennung kämpft und sich mutig gegen die Diskriminierung alternder Frauen zur Wehr setzt. Mit ihrer herausragenden Leistung in „The Last Showgirl“ hat sich Anderson nach all den Jahren in die erste Liga Hollywoods gespielt – und damit auch gezeigt, wie stark sie selbst ist.

„The Last Showgirl“ kommt am 20. März 2025 in die Kinos.

REDAKTION: **MANUELA HAINZ**

Adrien Brody

Als „Der Brutalist“ gelingt dem US-amerikanischen Schauspieler ein fulminantes Comeback – und ganz großes Kino.

KARRIEREN SIND OFT nicht allein das Ergebnis von Talent und Disziplin, sondern auch von Niederlagen, Pech und Zufällen. Der Schauspieler Adrien Brody ist das beste Beispiel dafür. Und das Witzige ist, dass er irgendwie auch häufig so guckt, als wüsste er nicht, wie ihm gerade geschieht, ja, als sei er nicht ganz Herr der Lage. So war es auch 1999, als er noch recht unbekannt war, aber gerade einen sensationellen Film abgedreht hatte. An der Seite damaliger Megastars wie George Clooney und Sean Penn spielte er in dem Kriegsdrama „Der schmale Grat“ von Terrence Malick mit, im festen Glauben, es handele sich bei seinem Part um eine Hauptrolle. Nach den Dreharbeiten gelang es Brodys PR-Team, ihn auf das Cover der Hollywood-Ausgabe der *Vanity Fair* zu hieven. Ein absoluter Ritterschlag, zumal für einen so jungen Schauspieler, wie Brody es damals mit 26 Jahren war.

Als er den Film schließlich zu sehen bekam, musste er jedoch feststellen, dass sein vermeintlich großer Auftritt auf drei Minuten zusammengeschnitten worden war. Der erhoffte Durchbruch in Hollywood blieb vorerst aus, Brody spielte weiterhin kleinere Rollen. Bei einer davon lernte er am Set eine Regieassistentin kennen, die kurze Zeit später an den Vorbereitungen für einen Film von Regisseur Roman Polanski beteiligt war, „Der Pianist“. Sie schlug Brody für die Hauptrolle vor, er bekam sie – und gewann den Oscar als bester Hauptdarsteller. Mit 29 Jahren war und ist er bis heute der jüngste in dieser Kategorie ausgezeichnete Schauspieler aller Zeiten. Nun könnte er für seine Rolle in „Der Brutalist“ seinen zweiten Academy Award gewinnen.

In „Der Brutalist“ spielt Brody den jüdischen Ungarn László Tóth. Nachdem er das Konzentrationslager Buchenwald überlebt hat, kommt er 1947 nach New York. Er macht Karriere als Architekt und wird mit seinen kühnen unverputzten Betonkonstruktionen zu einem Star des Brutalismus. Die Biografie Tóths ist fiktiv, spiegelt jedoch Brodys Familiengeschichte wider. Seine Mutter, die Fotografin Sylvia Plachy, verließ Ungarn nach dem Volksaufstand 1956. Seine tschechische Großmutter hatte sich als Jüdin vor den Nazis verstecken müssen, viele weitere Familienmitglieder überlebten den Holocaust nicht. Als Brody das Drehbuch las, so sagte er gegenüber GQ, habe er nicht nur das große Potenzial der Story erkannt, sondern fühlte sich „sehr gut geeignet, dieser Figur eine Ehre zu erweisen“. Und es ist ihm gelungen. Regisseur Brady Corbet hat ein Meisterwerk darüber geschaffen, wie Lebensgeschichten von politischen Umwälzungen und daraus resultierender Migration umgeschrieben werden können. Einen Golden Globe hat Brody für seine Darstellung bereits erhalten, bei Redaktionsschluss galt er als Oscar-Favorit. Und auch seine eigene Biografie wurde einmal mehr vom Zufall bestimmt: Die Rolle des László Tóth hatte Corbet eigentlich an den australischen Schauspieler Joel Edgerton vergeben. Erst als dieser absagte, bekam Brody die Rolle.

„Der Brutalist“ ist am 30. Januar in den Kinos angelaufen.

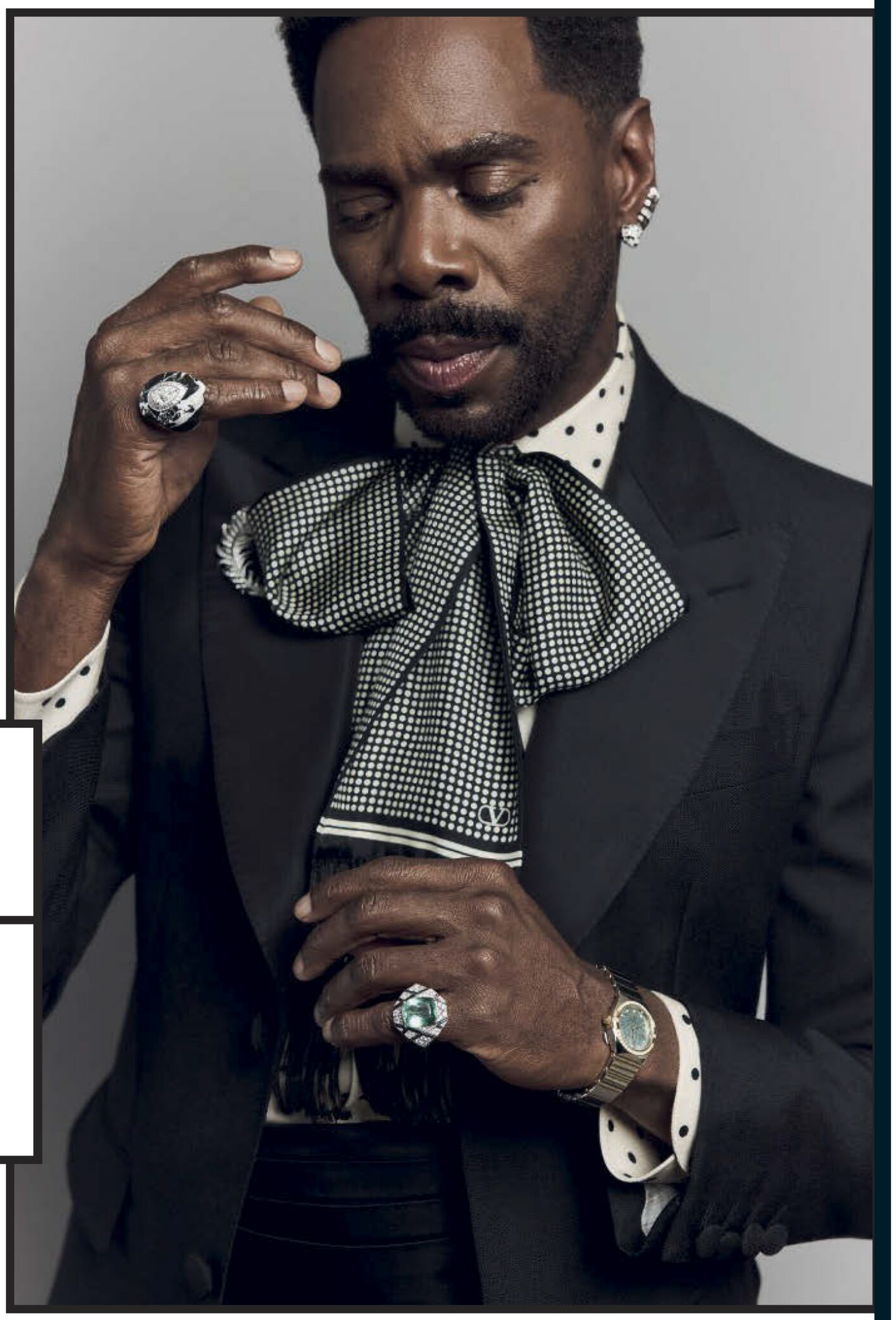
FOTO: ELLIOTT MORGAN; STYLING: KIT SWANN; GROOMING: EMMA WHITE TURLE VON THE WALL GROUP MIT R+CO; TAILORING: FAYE OAKENFULL; SET-DESIGN: MIRIAM BUETHER.

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: GIORDANO NAGRO © GUESS?, INC. 2025

GUESS

GUESS.EU

GQ World
Faces



Colman Domingo

Auf den roten Teppichen kennt man ihn als Show-Stealer. Für den sensationellen Film „Sing Sing“ arbeitete er nun mit der Theatergruppe eines Hochsicherheitsgefängnisses.

DER TITEL DES FILMS „Sing Sing“ lässt vielleicht vermuten, hier gebe es ein lustiges Musical zu sehen – eine Reminiszenz an die 1940er-Jahre, an lächerliche Kulissen, überdrehte Choreografien und ein eingefrorenes Tanzlächeln. Doch das könnte nicht weiter weg sein von der Welt, in die Colman Domingo uns tatsächlich mitnimmt. Denn Sing Sing ist der Name eines Hochsicherheitsgefängnisses für Schwerstkriminelle in New York.

Domingo spielt einen Mann, der hier seit vielen Jahren einsitzt. Was ihn gleich auf den ersten Blick von anderen Insassen unterscheidet, ist die feingliedrige goldene Brille in seinem klugen Gesicht. Zu zerbrechlich, denkt man, für einen Ort wie diesen. Gewalt bestimmt den Alltag, die Brille ist prädestiniert dafür, zu Bruch zu gehen. Und mit ihr das Bild des intellektuellen Poeten hinter Gittern.

Divine G, so heißt der Mann, der vor langer Zeit für einen Mord verurteilt wurde, nach eigener Aussage unschuldig, und der so etwas wie der inoffizielle Leiter der Theatergruppe von Sing Sing ist. In seiner Zelle stapeln sich Bücher, die Wände sind mit Gedichten, Papierfetzen und Zitaten tapeziert. Die Story beginnt im Innenhof des Gefängnisses und mit der Suche nach einem neuen Mitglied für die Truppe. Divine G spricht Divine Eye an. Auch der sitzt schon lange im Gefängnis, und als er auf die Gruppe trifft, bringt ihn gleich die erste Lockerungsübung aus dem Konzept: Als der Regisseur ruft, er solle gehen wie jemand, der gerade im Lotto gewonnen habe, und dann wie ein Zombie, kommt Divine Eye nicht heraus aus seiner Lebensrolle als Gangster. Genau darum geht es in der Theatergruppe und damit auch in „Sing Sing“.

Die Initiative „Rehabilitation Through the Arts“ wurde 1996 gegründet und hilft inzwischen den Insass:innen mehrerer Gefängnisse dabei, sich selbst, ihrer Schuld und ihrer Vergangenheit zu begegnen. An einer Stelle im Film sagt Divine G: „Das Programm ist alles, was diese Typen haben. Es gibt ihnen das Gefühl, hier rauszukommen.“

Genau mit diesen Typen, ehemaligen Mitgliedern der Theatergruppe, hat Domingo gedreht und somit auch einen Film über das Schauspielen selbst gemacht. Im Gespräch mit GQ sagte er über die Arbeit mit den ehemals Inhaftierten: „Ich wurde ein bisschen lockerer und irgendwie auch ein bisschen rauer.“ Vollkommen zu Recht brachte ihm seine Darstellung eine Oscarnominierung als bester Hauptdarsteller ein.

Auch im vergangenen Jahr war Domingo für einen Oscar nominiert, für das Biopic „Rustin“ über den Bürgerrechtler Bayard Rustin. Es war das erste Mal in der Geschichte der Awards, dass ein Schwarzer, offen homosexuell lebender Mann als bester Hauptdarsteller nominiert worden war. Es ist, als hätte sich da ein Mann mittleren Alters endlich freigespielt – ganz wie die Männer in „Sing Sing“. Die goldene Brille, übrigens, bleibt heil. Der zum Selbstschutz erfundene Poet – er wird gebrochen.

„Sing Sing“, ab dem 27. Februar im Kino.

FOTO: VICTORIA STEVENS.

MR MARVIS

Neu: Die Smart Easies

Ein Hoch auf den Alltag mit Den Smart Easies von MR MARVIS – die elegantere Variante unserer beliebten Easies. Die Smart Easies verfügen über Gürtelschlaufen und sind aus dehnbarem Stoff in Melange-Optik gefertigt. Hergestellt in Portugal und verfügbar in vier smarten Farben. Shoppe jetzt auf **mrmarvis.de** oder besuche uns in unserer Läden.

Parker Posey

Die „Queen of the Indies“ bekommt endlich die Mainstream-Anerkennung, die ihr zusteht. Mit der neuen Staffel „The White Lotus“ steht das nächste Highlight an.

ES IST NICHT SO, dass Parker Posey sich beschwert hätte über ihren Status als „Königin der Independent-Filme“. Zumindest nicht besonders vehement. Sie macht aber auch keinen Hehl daraus, dass ihre Spezialisierung auf unabhängige Produktionen in Wahrheit nicht komplett selbst gewählt war. Bekannt wurde sie mit Rollen in „Dazed and Confused“ und „SubUrbia“ von Richard Linklater, „Party Girl“ oder „The House of Yes“ – allesamt Low-Budget-Produktionen, die sich über diverse Filmfestivals ihr Publikum und den Status als Kultfilme erarbeitet haben.

Ihre Karriere sollte sich für Parker Posey gleichermaßen als Fluch und Segen herausstellen. In einem Interview fasste sie das Dilemma einmal so zusammen: „Ich würde gern in großen Studio-Produktionen spielen, aber meine Agentin bekommt immer wieder das Feedback, ich sei zu sehr ‚independent queen‘. Gleichzeitig ist mein Name nicht groß genug, einem Film eine nennenswerte Finanzierung zu sichern.“

Immerhin scheint sich die heute 56-Jährige über die Jahre eine solide Basis an Fans aufgebaut zu haben, die mittlerweile selbst zu gefeierten Regisseur:innen und Drehbuchautor:innen avanciert sind: Donald Glover zum Beispiel besetzte sie in seiner Serien-Adaption von „Mr. & Mrs. Smith“ als Killerin mit einem schrägen Sinn für Humor, was ihr die erste Emmy-Nominierung ihrer Karriere bescherte – für die beste weibliche Gastrolle in einer Drama-Serie. Davor beeindruckte Posey als Teil des Ensembles von „The Staircase“ an der Seite von Colin Firth und Toni Collette oder in der weiblichen Hauptrolle als Weltraum-Reisende in der Netflix-Serie „Lost in Space“. Ihr besonderer Charme bescherte ihr außerdem den Job als Gesicht der neuen Kampagne der Modemarke Proenza Schouler.

Als Nächstes steht für Parker Posey ein Serien-Highlight an, das schon für andere Indie-Darlings einen zweiten Karriere-Höhenflug bedeutete (liebe Grüße an Jennifer Coolidge!). In der dritten Staffel der Satire „The White Lotus“ spielt Parker Posey die Ehefrau eines reichen Unternehmers, die mit ihm und den drei gemeinsamen Kindern einen Luxusurlaub in Thailand verbringen will. Doch wer die zwei Vorgängerstaffeln kennt, ahnt bereits, dass die erträumte Auszeit durch allerlei persönliche Dramen zu einem Albtraum gerät.

Vielleicht ist die Hit-Satire von Drehbuchautor Mike White ja auch für Parker Posey der Start in eine neue Karriere, in der sie im Mainstream ebenso zu Hause ist wie in geliebten Kultproduktionen. An Talent und Erfahrung, so viel ist sicher, mangelt es ihr definitiv nicht.

„The White Lotus“, Staffel 3 läuft ab dem 17. Februar bei Sky Atlantic und Sky Wow. Neue Folgen erscheinen immer montags.

FOTO: PROENZA SCHOULER.

GEBERIT

AUCH MEIN WC SCHENKT MIR JEDEN TAG EIN FRISCHES GEFÜHL.

GEBERIT AQUACLEAN. DAS DUSCH-WC.

DESIGN
MEETS
FUNCTION

Nichts fühlt sich sauberer an als pures Wasser. Gönnen Sie sich dieses frische, angenehme Gefühl auch auf der Toilette: Geberit AquaClean reinigt den Po mit einem sanften, warmen Duschstrahl. Entdecken Sie Ihre persönliche Hygiene neu auf **www.geberit.de/aquaclean**.

GQ World Faces

Timothée Chalamet

Kaum ein anderer junger Mann hält die Medien derzeit so in Atem wie er. Mit seiner Rolle als Bob Dylan findet er zu sich.

FOTO: PETER HAPAK/TRUNK ARCHIVE.

ALS IM VERGANGENEN JAHR der erste Trailer des Biopics über Bob Dylan veröffentlicht wurde, fragte die US-amerikanische GQ mehrere Imitatoren des Musikers, wie sie ihren neuen Kollegen Timothée Chalamet bewerten würden. Tatsächlich hatte der für seine Rolle des jungen Dylan in „Like A Complete Unknown" alle Songs selbst gesungen sowie Mundharmonika und Gitarre spielen gelernt. Kurzer Reminder: Rami Malek hatte als Freddie Mercury in „Bohemian Rhapsody" auf das Singen verzichtet, wohingegen Austin Butler als Elvis sich genauso wie Taron Egerton als Elton John in „Rocketman" getraut hatte, was nun auch Chalamet gewagt hat. Die befragten Dylan-Imitatoren stellten Chalamet ein sehr gutes Zeugnis aus. Einer von ihnen betonte, dass es gar nicht darum ginge, Bob Dylan perfekt zu imitieren, sondern eine glaubwürdige Performance abzuliefern. Und das tut Chalamet.

Der 29-jährige New Yorker erlebte seinen Durchbruch 2017 mit der federleichten, sommerflirrenden Romanze „Call Me by Your Name" und landete damit ohne Umwege auf Hollywoods A-Liste. Seither verwandelt Chalamet anspruchsvolles Autorenkino wie Greta Gerwigs „Little Women" in unerwartete Kassenschlager, während er einem Science-Fiction-Epos wie „Dune" die Star-Power verleiht, die so ein mehrteiliges Blockbuster-Franchise braucht. Daneben spielte Chalamet die Roald-Dahl-Figur Willy Wonka und war eine Zeit lang die Muse des Regisseurs von „Call Me by Your Name", Luca Guadagnino, der ihn fünf Jahre später erneut besetzte – als äußerst hungrigen Kannibalen in „Bones and All".

Als laste ihn seine beispiellose Filmkarriere nicht aus, überrascht Chalamet immer wieder mit ungeahnten Talenten. Dazu zählt neben Tanzen und Rappen eine schier unerschöpfliche Expertise in Sachen American Football. Außerdem zeichnet ihn sein Swag aus: Zu den Golden Globes im Jahr 2019 erschien er mit einem glitzernden Harness von Louis Vuitton, das er über einem schwarzen Hemd trug. Das Outfit katapultierte Chalamet in die Sphären einer strahlenden Fashion-Ikone, die nicht nur Trends, sondern auch politische Statements setzen kann. Gemeinsam mit dem Designer Haider Ackermann kreierte er 2021 einen Hoodie, mit dem er auf die verheerende Lage von Frauen in Afghanistan aufmerksam machte.

Bei den Golden Globes zählt er längst zu den Stammgästen. Bei der jüngsten Verleihung der Filmpreise im Januar, wo er genau wie bei den diesjährigen Oscars für seine Rolle in „Like A Complete Unknown" nominiert war, waren die Fotograf:innen sichtlich herausgefordert, ihre Objektive von ihm und seiner Partnerin Kylie Jenner zu lösen.

Objekt der Begierde, Trendsetter, Superstar – bisweilen macht es den Eindruck, Chalamet falle alles etwas *zu* leicht. Wie ernst meint er es mit der Kunst? Die Hingabe, mit der er sich in Bob Dylan verwandelt hat, dürfte diese Frage endgültig beantworten. Und darin gleicht er Dylan selbst. Wir haben es hier mit einem Künstler zu tun, der genau weiß, was er will.

„Like A Complete Unknown" startet am 27. Februar in den Kinos.

REDAKTION: ULF PAPE

Lady Gaga

Für ihr siebtes Studioalbum hat sich die Musikerin all jenen Gefühlen hingegeben, die in ihrem Inneren toben. Herausgekommen ist ein radikal ehrliches Werk – und eine regelrechte Feier der Selbstreflexion.

IN EINE SCHUBLADE stecken ließ sich Lady Gaga noch nie – und das wird sich wohl auch so bald nicht ändern.Die 38-jährige Sängerin (und Schauspielerin), die ihre Karriere mit dem ehrgeizigen Ziel anging, Popmusik revolutionieren zu wollen, hat seit ihrem Debüt im Jahr 2008 bereits für einige Diskussionen gesorgt. Ihr erstes Album „The Fame" machte sie schlagartig zum Weltstar und zu einer Ikone der LGBTQIA+-Community, in Deutschland gewann die Platte Sechsfach-Platin. Böse Zungen taten sie anfangs als „Madonna-Abklatsch" ab – erfolgreiche Frauen werden bekanntlich in allen Bereichen des Lebens nach wie vor verhöhnt und gegeneinander ausgespielt.

Mit ihren darauffolgenden Alben bewies sie sowohl ihre Eigenständigkeit als auch Vielseitigkeit. Ob EDM, Pop, Country oder Jazz – die Experimentierfreude der New Yorkerin ist vielleicht ihr bestimmendster Charakterzug. Überraschung ist ein Kernelement ihrer Arbeit, und das zeigt sich erneut auf ihrer jüngsten Veröffentlichung.

Das mit Spannung erwartete siebte Studioalbum Lady Gagas mit dem Titel „MAYHEM" ist eine „Übung im Chaos", so die Sängerin gegenüber dem Musikmagazin *Rolling Stone*. Die bereits im Oktober vergangenen Jahres veröffentlichte Single „Disease" gewährte der Welt einen ersten Vorgeschmack darauf, was Lady Gaga mit „Chaos" meint: Der Song ist wild und emotional, handelt er doch vom Kampf mit den eigenen Dämonen. Er erzählt von den düsteren Gedanken, die viele von Zeit zu Zeit plagen, und vom Verlangen danach, etwas Böses zu tun. Der erste Vers gibt den Grundton vor: „There are no more tears left to cry". Lady Gaga sagt, ihr sei es beim Aufnehmen des Albums wichtig gewesen, es mit einem düsteren Paukenschlag zu beginnen. Der Rest der Platte dann gestaltet sich wie eine gefühlsmäßige Achterbahn, es ist geradezu ein Ritt durch so gut wie alle Emotionen, die eine Person erleben kann. Geht es in einigen Songs um romantische Liebe, erzählt ein anderer vom Verhalten innerhalb der eigenen Familie, ein weiterer hingegen von depressiven Gefühlen. Kurz: die ganze Spannweite der menschlichen Existenz, mitsamt den Höhen und Tiefen, komprimiert in einem Album. Damit ist es auch eine Art Selbstreflexion über das Dasein in einer oft widersprüchlichen Realität. Gegenüber dem *Rolling Stone* beschrieb Gaga das Werk mit den Worten: „The album is a party" und erklärte anschließend, wie eine perfekte Party für sie aussieht: ein Zusammentreffen verschiedenster Menschen, bei dem jedes Musikgenre gespielt wird. Bunt, abwechslungsreich und inklusiv – Lady Gaga eben.

Betrachtet man ihre bisherige Karriere, wird klar, warum Gaga davon überzeugt ist, Musik könne das Leben einer Person von Grund auf verändern. Für sie selbst stimmt das ohne Frage.

Das neue Album „MAYHEM" von Lady Gaga erscheint am 07. März.

FOTO: UNIVERSAL MUSIC.

Taylon L Mixed Goggle Jacket

Driven by C.P. Company's textile research and innovation, SS025 showcases Taylon L Mixed, a taslanised lightweight nylon garment dyed with contrasting CS II details.

Discover more on cpcompany.com

Back in the place where we belong

As Manchester City’s Official Style Fashionwear Partner, C.P. Company further strengthens its connection to football for the SS025 season. The campaign features Phil Foden in the Rafia Mille Jacket, Nathan Aké in the Taylon L Mixed Mille Jacket, and Jérémy Doku in the Knitted Nylon Jersey Explorer Jacket.

MANCHESTER CITY 18 94

C.P. COMPANY

SHOP.VOGUE.DE

VOGUE
COLLECTION

GQ World

News

Exil und Melancholie

Der Band „Impossible Island“ versammelt die aus den vergangenen 40 Jahren stammenden Werke des großen Fotografen Henry Roy.

„Henry Roy – Impossible Island“ von Loose Joints, 160 S., 54 Euro

Was macht Heimat aus und wie prägt sie uns? Eine essenzielle Frage, die das Schaffen des Fotografen Henry Roy prägt. Geboren in Haiti, musste seine Familie dem Karibikstaat in den 1960er-Jahren aus politischen Gründen den Rücken kehren. Sie landete in Paris, wo der 61-jährige Künstler bis heute lebt. Seine enge Verbindung zu Haiti verlor er nie, dennoch bestimmen das Leben im Exil und die Lücke, die das früh verlorene Zuhause hinterlassen hat, den Ton seiner Arbeiten. Sie wirken stets verträumt, scheinen außerhalb unserer Realität und unserer Zeit zu existieren.

Der Titel der Monografie, die Aufnahmen aus den vergangenen 40 Jahren versammelt, ist an eine französische Redewendung angelehnt: „La possibilité d’une île“ beschreibt die Hoffnung, ein Refugium der Glückseligkeit zu finden. Mit „Impossible Island“ möchte Henry Roy die melancholische Gefühlswelt einer Person einfangen, die ihrer Heimat entrissen wurde und sich seither permanent auf der Suche nach dem alles erlösenden Ort befindet, der unmöglichen Insel.

Funktion folgt Form

Das in Berlin ansässige Keramikstudio Hap fertigt Stücke an der Grenze zwischen Gebrauchsgegenstand und Kunst.

Ein Kerzenhalter, der aussieht wie aus Mondgestein gehauen. Ein Beistelltisch, von dem man denken könnte, er bestünde aus einem Klotz dunkel glänzendem Mahagoni: Die Objekte des Keramikstudios Hap haben etwas entschieden Skulpturales. Schon die Mutter der in Chemnitz geborenen Gründerin Maxi Hoffmann betrieb in der DDR eine eigene Keramikwerkstatt, musste diese jedoch aufgeben, als nach der Wiedervereinigung die Massenproduktion handgemachte Waren verdrängte. Heute kreiert Hoffmann in ihrem Berliner Studio außergewöhnliche Einrichtungsgegenstände, die wirken, als wären Kunstobjekte ganz nebenbei mit einer Funktion betraut worden. Neben Kerzenständern und Tischchen gibt es auch Vasen und Lampen.

„Candle Holder Lunar Double“ von Hap Ceramics, 110 Euro

FOTOS: © HENRY ROY 2025 COURTESY LOOSE JOINTS/AGWA; HAP CERAMICS.

GQ World News

Musikgeschichte als visueller Trip

Mit dem Fotoband „Camera Girl“ über die Clubkultur der 70er-Jahre ist Sharon Smith ein echtes Meisterwerk gelungen.

Wer hat sich nicht schon einmal ausgemalt, wie es wohl hinter den Kulissen der legendärsten New Yorker Clubs der 70er-Jahre ausgesehen haben könnte? Also im „Studio 54“, „Roseland Ballroom“ oder „The Ritz“, wo Stars wie Madonna, David Bowie, Grace Jones und Iggy Pop die Nacht zum Tag machten. Mit einer Polaroidkamera in der Hand dokumentierte Sharon Smith damals nicht nur die Partygänger:innen selbst, sondern mit ihnen die gesamte Kultur, die diese Orte so lebendig machte. So ist es ihr gelungen, die pulsierende Energie und den Glamour der Zeit einzufangen. „Camera Girl“ zeigt nun erstmals die Welt der New-Wave-Ikonen, Disco-Tänzer:innen und Clubkids in all ihrer Vielfalt und Exzentrik. Neben den spektakulären Aufnahmen hält das Buch ein Gespräch zwischen Smith und Herausgeber Bill Shapiro bereit, in dem die Fotografin von ihrer Arbeit und den unvergesslichen Momenten erzählt, die sie in jenen Jahren erlebte. Im Vorwort ergänzt DJ Honey Dijon die Verschmelzung von Musik, Mode und Kunst um eine zeitgenössische Perspektive.

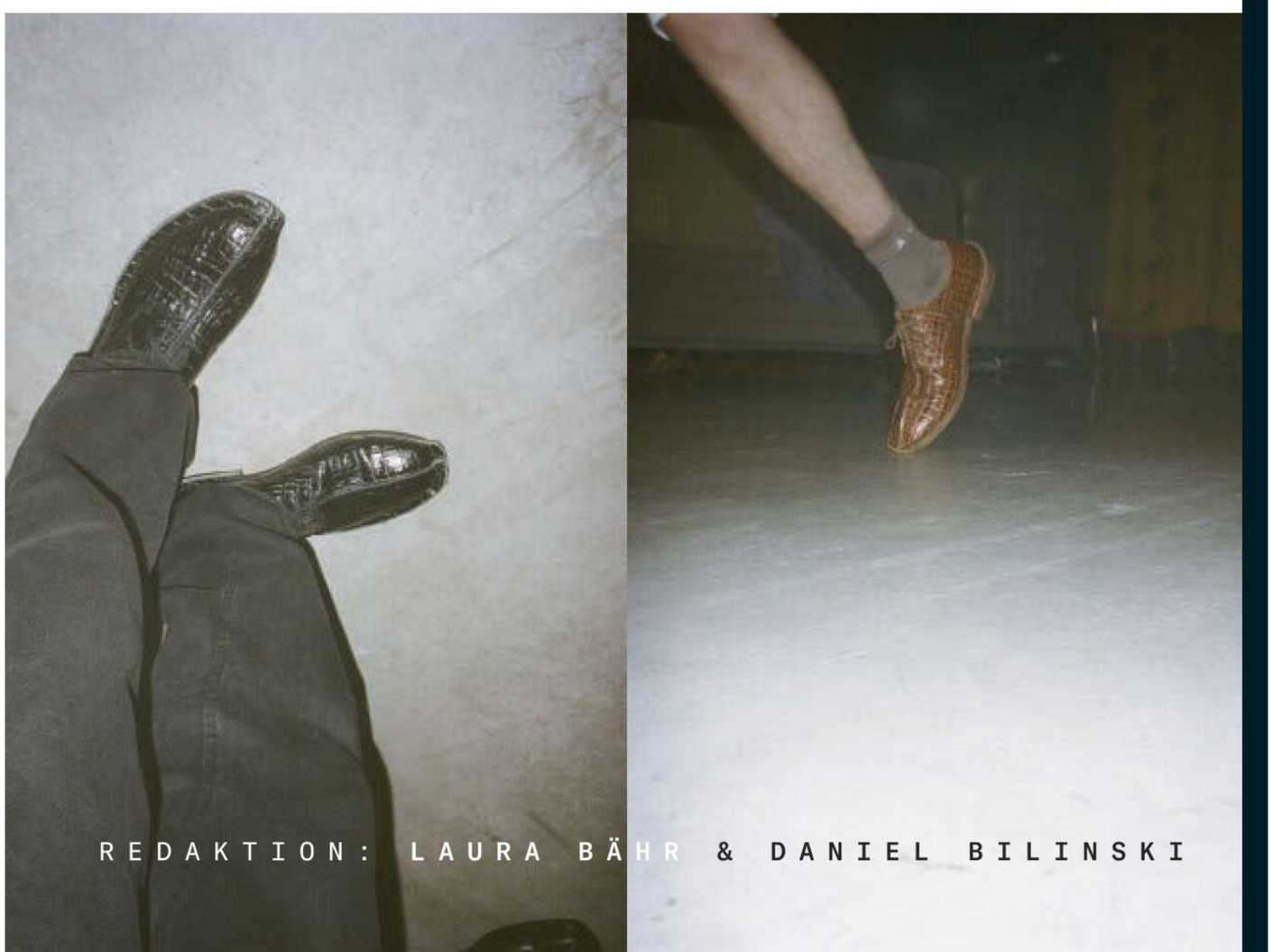
„Camera Girl“
von Sharon Smith,
144 Seiten, 55 Euro

Schuhe als Ereignis

Die Zusammenarbeit von Martine Rose und Clarks geht in die nächste Runde. Die neue Kollektion schafft den Brückenschlag zwischen Tradition und Revolution.

Schönheit liegt im Auge des Betrachters. Was sich anhören mag wie eine Binsenweisheit, bringt die Essenz der neuen Gast-Kollektion von Martine Rose für Clarks auf den Punkt. Mit „Coming Up Roses“ läutet die Traditions-Schuhmarke ihr 200-jähriges Jubiläum ein. Die jamaikanisch-britische Modeschöpferin Rose bediente sich für ihre bemerkenswerten Entwürfe einmal mehr bei den klassischen Silhouetten des Hauses Clarks und interpretiert sie radikal neu, etwa mit Leder in Kroko-Optik, das bis vor Kurzem als eher geschmacklos galt. Noch gewagter sind die überlang geschnittenen Zehenpartien, die dem Schuhwerk einen schnabelartigen Look verleihen und beim Laufen über den Boden streifen. In der zur Kollektion gehörigen Kampagne tragen die Models Nasenprothesen aus Latex. Das wirkt nicht einfach nur theatralisch, sondern hinterfragt vielmehr konventionelle Schönheitsstandards und die Art und Weise, wie wir unsere Mitmenschen wahrnehmen. Ein typisches Martine-Rose-Narrativ, findet die Designerin doch immer wieder Inspiration in der Ästhetik des vermeintlich Abnormalen, des Übersehenen und des Unvorhersehbaren. Der Effekt ist im wahrsten und besten Sinne des Wortes: aufsehenerregend.

Martine Rose x Clarks „Coming Up Roses“-Kollektion,
ab sofort erhältlich



FOTOS: SHARON SMITH, CAMERA GIRL COURTESY OF THE ARTIST/IDEA; MARTINE ROSE X CLARKS.

REDAKTION: LAURA BÄHR & DANIEL BILINSKI

rag & bone
NEW YORK
RAG-BONE.COM

„Chopova Lowena Chicken Nugget Necklace“, Dover Street Market, 195 Euro

Ein Spiel mit Gegensätzen

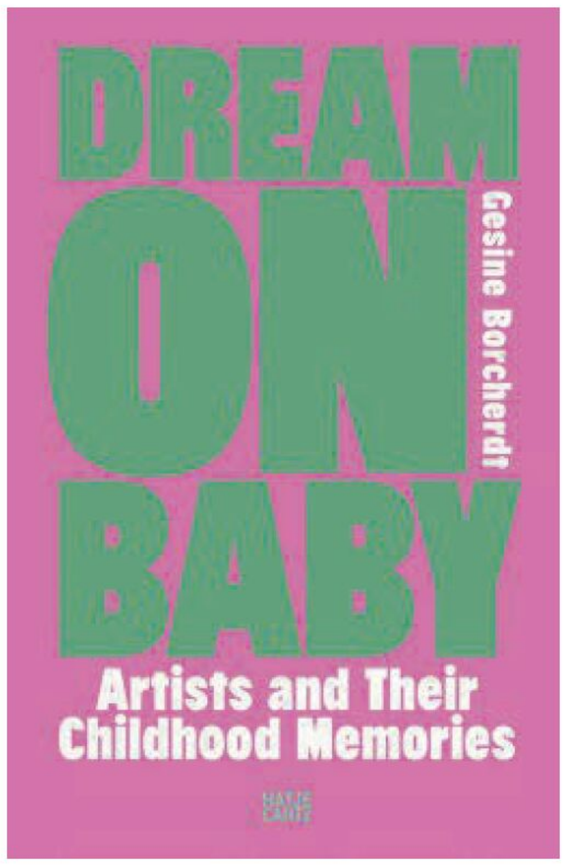
Die Ästhetik von Chopova Lowena speist sich aus dem Nebeneinander von scheinbar Widersprüchlichem. Ein Vorgehen, das die Designerinnen hinter der Marke perfektioniert haben.

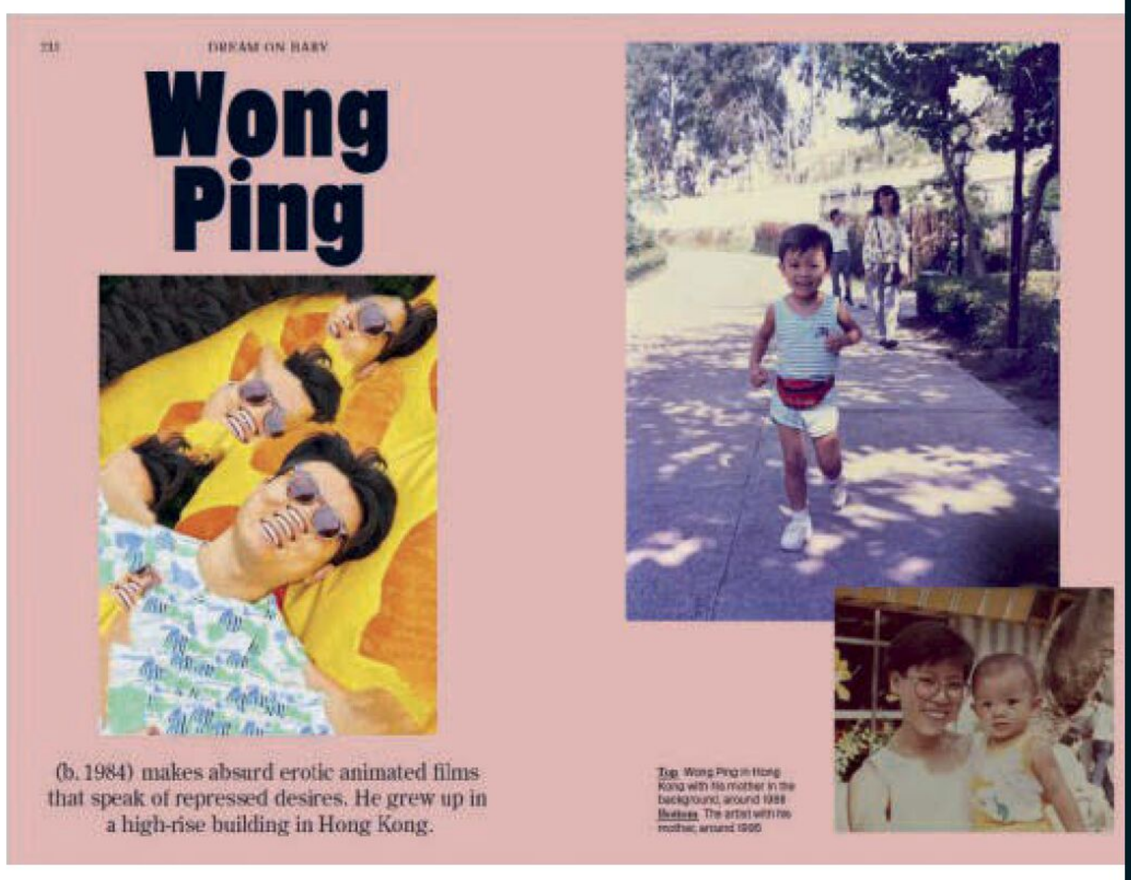
Chopova Lowena wurde 2017 von Emma Chopova und Laura Lowena gegründet. Chopova, in Bulgarien geboren, zog im Alter von sieben Jahren nach New Jersey – eine Entfernung, die ihr Interesse an ihrer Heimat nur noch vergrößerte. Lowena hingegen wuchs in England auf. Die beiden trafen sich an ihrem ersten Tag am Central Saint Martins College in London und entdeckten schnell ihre gemeinsame Leidenschaft für traditionelle Kleidung. Dieses Interesse prägt die Ästhetik von Chopova Lowena bis heute. Eines ihrer bekanntesten Designs ist ein von bulgarischen Trachten inspirierter Rock. Er verbindet traditionelle Muster mit einer modernen Konstruktion, bei der Stoff mit Metallhaken an einem Ledergürtel befestigt wird. Seit der Gründung hat sich das Sortiment der Marke stetig erweitert, doch die charakteristischen Kontraste bleiben das Herzstück der Designs. So tauchen Details wie ineinander verhakte Karabiner auch in anderen Kollektionsteilen auf. Die Essenz des Labels verdichtet sich in einer der Ketten, an der ein Chicken Nugget baumelt – ein ironisches Detail und Symbol für Chopova Lowenas Hang zum Unerwarteten.

Das Gewicht der frühen Jahre

Das Buch „Dream On Baby“ erforscht die Kindheit ausgewählter Künstler:innen. Anhand persönlicher Geschichten und Fotos verdeutlicht es den Einfluss der ersten Lebensjahre auf die Kunst.

Was passiert, wenn man Künstler:innen nach den Kindheitserinnerungen befragt, die sie bis heute prägen? Mit „Dream On Baby“ hat die Kunstkritikerin Gesine Borcherdt genau das mit 33 Persönlichkeiten der Kunstwelt getan – darunter kulturelle Schwergewichte wie Ai Weiwei, Marina Abramović, Valie Export und Jeff Koons. Herausgekommen ist eine Anthologie voller intensiver Momente: mal tragisch, mal komisch, immer berührend. Mit bislang unveröffentlichten Kindheitsfotos und Zeichnungen gewährt das Buch nie da gewesene Einblicke in die frühen Jahre, in denen bei vielen der Interviewten der Ursprung ihres kreativen Schaffens liegt. So gibt Marina Abramović zu Protokoll: „Je chaotischer die Kindheit, desto besser die Künstler:innen.“





Und Berlinde De Bruyckere erinnert sich: „Kunst war keine bewusste Entscheidung. Aber das Zeichnen wurde zu einem Akt des Widerstands.“ Borcherdt zeichnet ein vielschichtiges Bild dessen, was schöpferischer Antrieb sein kann, und zeigt, wie Künstler:innen ihre ersten Prägungen bis heute in Kunst verwandeln – und die Erfahrung von Schmerz, Armut, Einsamkeit oder Freude in etwas völlig Neues.

„Dream On Baby“ von Gesine Borcherdt, 38 Euro

FOTOS: CHOPOVA LOWENA; DREAM ON, GESINE BORCHERDT.

REDAKTION: ANGELIKA WATTA & DANIELA MBUY

SPRING SUMMER COLLECTIONS 25
SHOWN BY SIOH, CREATIVE DUO

breuninger

CAREFULLY SELECTED FASHION, BEAUTY & STYLE
BREUNINGER.COM

GQ World News

Auf der Laufbahn

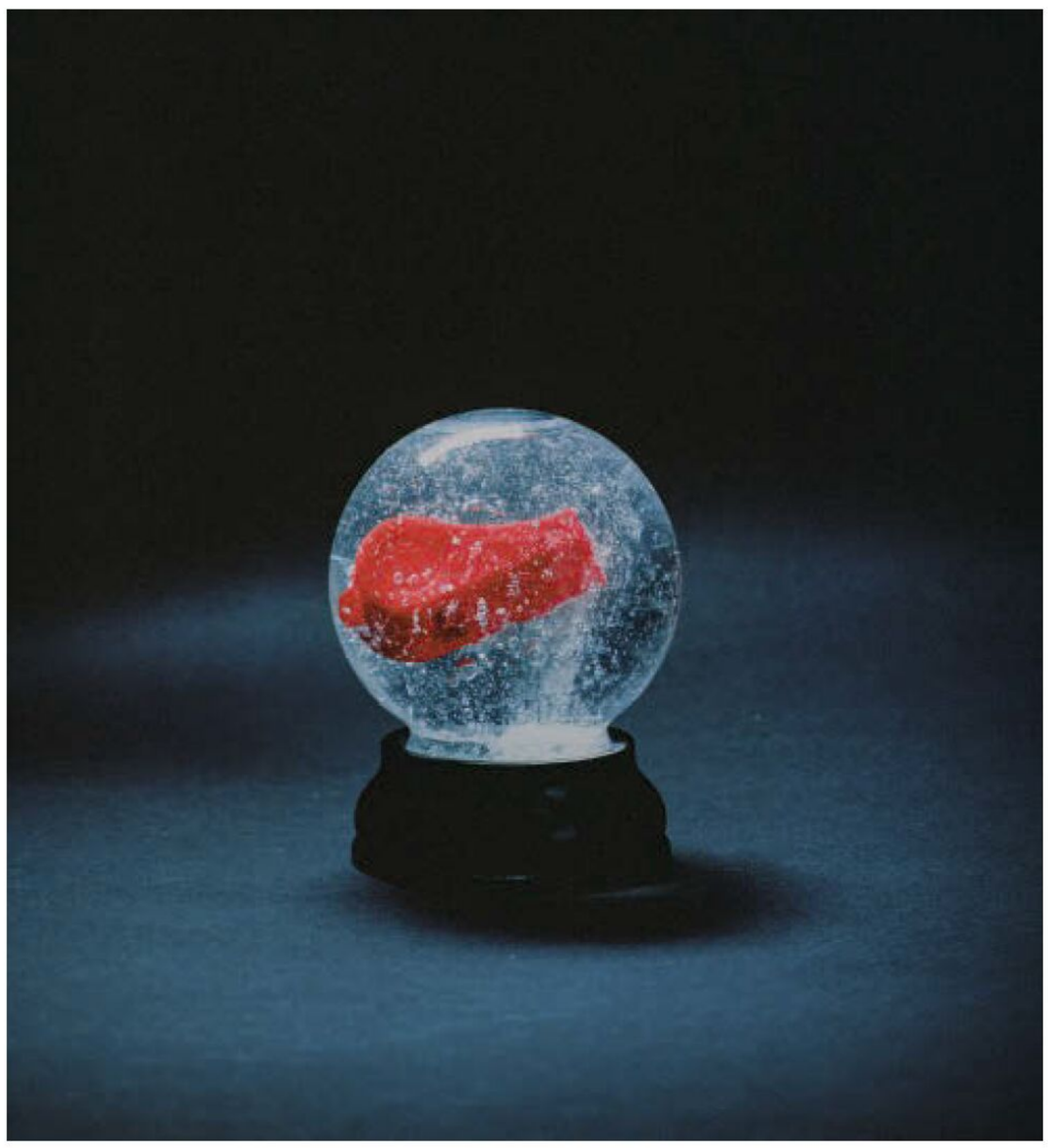
Die neue Kollektion von Adidas und AVAVAV verpasst der Sportswear-Ästhetik etwas Absurdes.

Die Luft in der Mailänder Sportarena „Forza e Coraggio“ knistert vor Spannung. Einige Models stolpern über die Startlinie, während andere mit ihren Smartphones telefonieren oder genervt die Schultern zucken – eine Szene, die den Grundton der SS25-Show von Adidas und AVAVAV setzt. Denn auf der Laufbahn, die zum Laufsteg umfunktioniert wurde, entfaltet sich eine ironische Hommage an die Welt des Sports. So inszeniert Beate Karlsson, die kreative Kraft hinter AVAVAV, ihre Kollaboration mit Adidas Originals – mit radikal gekürzten Trenchcoats, aufgeblasenen Pufferjacken und hautengen Kapuzen-Tops, die wirken, als wären sie für Berlins Nachtclubs gemacht. Die Schau spielt aber auch mit Illusionen: Hier werden Adidas-Jacken direkt auf die Haut gemalt; die neu interpretierte „Superstar“-Sneaker-Silhouette mit abnehmbaren „Superfingers“ aus Gummi zieht alle Blicke auf sich. Die legendären drei Streifen erscheinen als Schnürsenkel auf Mützen oder als Bandagen-Elemente auf Kleidungsstücken. Diese Verbindung von Ästhetik und sanfter Provokation unterstreicht Karlssons Fähigkeit, das Erbe von Adidas zeitgemäß zu interpretieren. Sie erzählt eine Geschichte über die Absurdität der Perfektion, die Lust an der Rebellion und die Freiheit, Konventionen infrage zu stellen.

Adidas x AVAVAV SS25, ab sofort erhältlich

Zwischen Klang und Leere

Auf „Nothing“ erschaffen Darkside genreübergreifende Klangwelten. Das Album macht das Nichts zum kreativen Ursprung von Musik, irgendwo zwischen Intimität und Ekstase.



Manchmal beginnt alles mit einem Nullpunkt. Die Musiker der Gruppe Darkside – Nicolás Jaar, Dave Harrington und Tlacael Esparza – haben mit ihrem dritten Album „Nothing“ ein hypnotisches Klanguniversum erschaffen, das aus der Stille geboren wurde. Die Idee von „Nothing“ begann als intime Reflexion. Für Harrington wurde das titelgebende Nichts durch die stillen Momente mit seiner neugeborenen Tochter greifbar. Für Jaar hingegen steht es als Sinnbild für globale Krisen – eine lähmende Stille, die dennoch Raum für Transformation und Neuschöpfung eröffnet. Musikalisch ist „Nothing“ ein kaleidoskopisches Werk, das Genregrenzen überschreitet. Die Tracks verschmelzen basslastigen Dub und pulsierende Synthesizer-Sounds mit Melodien und unerwarteten klanglichen Wendungen. „Slau“ eröffnet das Album mit tiefen Bässen, durchzogen von schneidenden Electro-Vocals und schwebenden Synths. „Are You Tired (Keep On Singing)“ unternimmt in knapp sieben Minuten eine musikalische Reise durch die Jahrzehnte – vom atmosphärischen Flüstern über hallige Gitarren bis hin zu funkigen, retroinspirierten Momenten. Der finale Track „Sin El Sol No Hay Nada“ erinnert an die Ursprünge des Lebens selbst. Mit kosmisch verzerrten Gitarren und einer offenen Struktur schließt das Album mit einem Gefühl von Unendlichkeit – und der Frage: Was liegt jenseits des Nichts?

„Nothing“
von Darkside
erscheint am 28. Februar

FOTOS: AVAVAV; DARKSIDE.

REDAKTION: DANIELA MBUY

CORSICA
ERICEIRA
MALLORCA
MILAN
MONTEROSA
SARAGANO
SARDINIA
aethos.com

THE RULES ARE DIFFERENT HERE æthos

GQ World News

Raum für Gefühle

Mit „The Soulful Collection“ übersetzt Rituals die Emotionen Liebe, Dankbarkeit und Positivität in Düfte und sorgt damit im eigenen Zuhause für maximale Behaglichkeit.

Sie ist eine Ode an die Kunst, menschliche Gefühle in Düfte zu verwandeln. Mit „The Soulful Collection“ stellt Rituals Cosmetics erstmals die Emotionen Liebe, Dankbarkeit und Positivität in den Mittelpunkt.

Für die luxuriöse Home-Kollektion haben die Meisterparfümeur:innen der Marke drei unverwechselbare Kompositionen geschaffen. „Love“ vereint die fruchtige Frische von Himbeeren mit der Eleganz von Rosen und der Wärme von Patschuli. Der Duft feiert die tiefen menschlichen Verbindungen, inspiriert von intimen Augenblicken wie den ersten Momenten im Leben eines Kindes oder den Erinnerungen an die geliebte Großmutter. „Gratitude“ hingegen fängt die Schönheit der kleinen Dinge ein: Die Kombination aus Noten von Pfirsich, Lavendel und Vanille erinnert an unbeschwerte Sommertage in Südfrankreich. „Positivity“ schließlich transportiert mit Bergamotte, Neroli und Vetiver die Leichtigkeit und Energie eines Tages unter der brasilianischen Sonne.

Während klassische Parfums durch den Kontakt mit der Haut zum Leben erwachen, entfalten diese Raumdüfte ihre warme, harmonische Aura sanft in der Luft – getragen von Kerzenflammen, zarten Rattanstäbchen oder feinem Sprühnebel. Mit nachfüllbaren Kerzenhaltern und weiteren Refill-Lösungen setzt Rituals auf bewusste Innovation und verbindet so behagliche Sinneserlebnisse mit Verantwortung. „The Soulful Collection“ ist mehr als eine Hommage an duftende Kompositionen – sie ist ein Ausdruck der nicht zu überschätzenden Philosophie, die kleinen Momente des Alltags in wahre Kunst zu verwandeln: die des bewussten Lebens.

Rituals „The Soulful Collection“,
ab sofort erhältlich

FOTO: RITUALS.

REDAKTION: MANUELA HAINZ & DANIELA MBUY

MICHAEL KORS
MICHAEL KORS
POUR HOMME

GQ World News

Lust im Schatten

Mit seinem zweiten Bildband erzählt der Künstler Pacifico Silano vom queeren Leben. Als Medium nutzt er dabei Aktaufnahmen aus Retro-Schwulenpornos.

Die queere Geschichte der vergangenen Jahrzehnte ist voller Höhen, aber auch voller Tiefpunkte. Während der Summer of Love und die Befreiungsbewegung der 1970er-Jahre es vielen schwulen Männern in westlichen Großstädten erlaubten, sich offener zu zeigen, folgte mit der Aids-Epidemie eine verheerende Zäsur. Mit seinem ersten Bildband „I Wish I Never Saw the Sunshine“ erkundete Pacifico Silano bereits die Ausmaße dieser Krise. In seinem Folgeband widmet er sich nun anderen, weit weniger tragischen Schattenbereichen queeren Lebens – buchstäblich. Dafür nutzte er ausschließlich Motive aus alten Schwulenpornos, deren Ausschnitte er vergrößerte und ohne sichtbare Aktszenen rekontextualisierte. Verborgen von Pixeln und Schatten sind die Gesichter der Darstellenden kaum erkennbar. Das Ergebnis ist ein Buch im Großformat, das sich um Lust und das Verlangen nach Intimität dreht – und mit unvergleichlicher Sinnlichkeit hypnotisiert.

„Shadow Cast“ von Loose Joints, 72 S., 120 Euro

Die Schönheit des Einfachen

Wieder erhältlich: Rei Kawakubos skulpturale Möbel für Comme des Garçons.

Zurückhaltend, mit einem Hauch von Exzentrik: Die Stuhlserie, die Comme-des-Garçons-Gründerin Rei Kawakubo in den 1980er-Jahren entwarf, gibt es jetzt in einer Neuauflage. Unter Kawakubos Entwürfen gelten die Sitzmöbel (und begehrten Sammlerstücke) mit ihren geometrischen Rahmen und den zaunartigen Drahtgestellen als die schlichtesten – reduziert auf die Grundform. Die Re-edition ist in Rot, Schwarz und Silber sowie in einer Version mit Holzsitzfläche erhältlich.

Comme des Garçons, Stühle von Rei Kawakubo, Re-edition exklusiv bei Comme des Garçons Paris

Was bleibt

Helmut Lang spielt mit der Vergänglichkeit von Form und Materialien.

Mit seiner nach ihm benannten Marke präsentierte der Österreicher Helmut Lang einen Gegenentwurf zur lauten Mode der 1980er-Jahre. Seine avantgardistische Kleidung wurde oft mit der Formensprache von Yohji Yamamoto und Martin Margiela in Verbindung gebracht. Wie Letzterer verabschiedete sich auch Lang in den Nullerjahren aus der Mode und widmet sich seither der Kunst. Das Schindler House in Los Angeles, eine Außenstelle des Wiener Museums für angewandte Kunst, zeigt nun Langs Skulpturen.

„What remains behind“, Helmut Lang, Schindler House, bis 4. Mai 2025

FOTOS: SHADOW CAST BY PACIFICO SILANO IS PUBLISHED BY LOOSE JOINTS; COMME DES GARÇONS; HELMUT LANG, WHAT REMAINS BEHIND.

Alles Entscheidende parat

GQ World News

Jeder Mensch besitzt im Schnitt 10 000 Dinge. Ein Grund mehr, die wichtigsten davon stets schnell zur Hand zu haben. Das perfekte Objekt dafür: die Toolbox.

Die Geschichte des Werkzeugkastens reicht mindestens zurück bis ins 19. Jahrhundert, als Handwerker begannen, ihre Arbeitsmittel zu organisieren und zu transportieren. Beim klassischen Modell, wie wir es heute kennen, handelt es sich meist um eine rechteckige Box mit Deckel, Trennwänden und einem Tragegriff. Während die Kisten früher aus stabilen, aber auch schweren Materialien wie Holz oder Eisen gefertigt waren, sind die zeitgenössischen Varianten um einiges vielfältiger. Aus Aluminium, Stahl oder Kunststoff sind sie nicht nur leichter, sie eignen sich auch für viel mehr als allein für die Aufbewahrung von Werkzeug – man denke an Malutensilien oder die unvermeidliche Kabelsammlung für alle möglichen Devices. Längst ist die Toolbox zum Symbol für die DIY-Bewegung, handwerkliches Können und das eigenständige Lösen von Problemen geworden. Die Neuinterpretation von Carhartt wird in Japan aus Stahl gefertigt. Dank ihrer kompakten Maße, einem Gewicht von nur etwas mehr als einem Kilo und der subtilen, aber markanten Ästhetik ist sie so etwas wie ein idealer Begleiter in fast jeder Lebenslage.

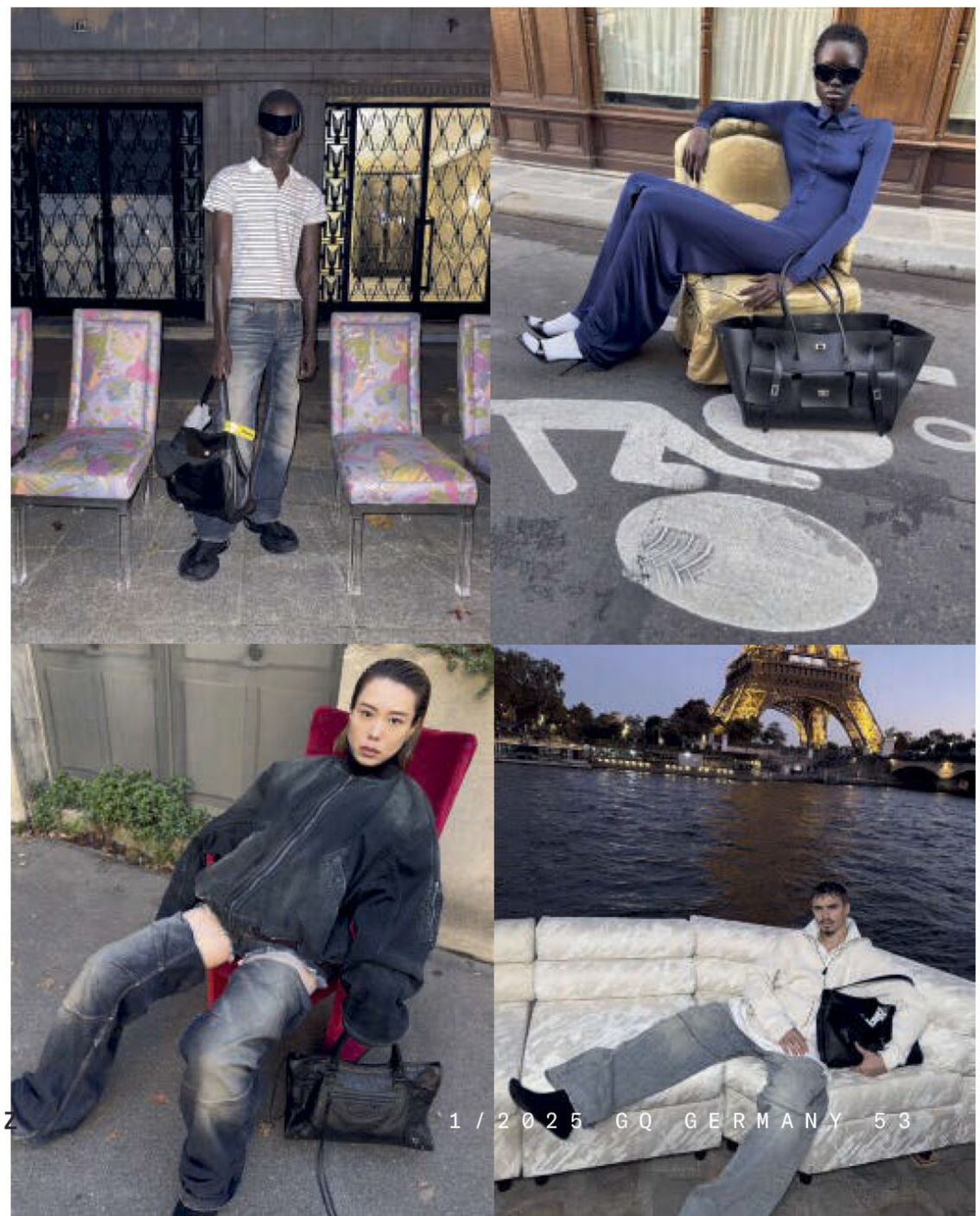
„Tour Tool Box“
von Carhartt WIP,
75 Euro

Die Kunst des Banalen

Der Fotograf Juergen Teller inszeniert für Balenciaga Prominente und Models auf den Straßen von Paris – und fast nebenbei die neuen Handtaschen des französischen Modehauses.

Auf die Frage, was er fotografiere, antwortete Juergen Teller einmal trocken: „Hauptsächlich Handtaschen.“ Angst vor Banalität hatte Teller nie. Er gehört im Gegenteil zu den wenigen zeitgenössischen Fotograf:innen, die es schaffen, vermeintlich Alltägliches in Kunst zu verwandeln. Sein Stil: direkt, unverblümt, oft provokant. Das verbindet ihn mit Demna, dem Kreativdirektor von Balenciaga, der immer wieder Streetwear in den Rang von High Fashion erhebt. Teller, der seit vielen Jahren in London lebt, wuchs in der mittelfränkischen Gemeinde Bubenreuth auf, nahe einem Wald, der, wie er selbst sagt, seinen künstlerischen Blick prägte. Mit Porträts des Musikers Kurt Cobain sowie der Models Kristen McMenamy und Kate Moss gelang ihm in den 1990er-Jahren der internationale Durchbruch. In der Kampagne „This is a Balenciaga Campaign by Juergen Teller“ inszeniert er nun die Olympia-Sportschützin Kim Ye-Ji, das Model Romeo Beckham, die Sängerin Kim Petras sowie die Models Sua Lee, Khadim Sock und Akolde Meen. Sie posieren in Paris auf Möbeln aus Demnas privater Sammlung und tragen dabei die neuesten Balenciaga-Taschen. Dem Perfektionismus der Luxuswelt stellt Teller hier einmal mehr die Ästhetik des Unvollkommenen gegenüber und zeigt einen unverstellten Blick auf die Menschlichkeit hinter dem Glamour.

Looks und Accessoires von Balenciaga
ab sofort erhältlich



FOTOS: CARHARTT; JÜRGEN TELLER FÜR BALENCIAGA.

GQ World Beauty

[1]

1 HERMÈS, EAU DE RHUBARBE ÉCARLATE

EAU DE COLOGNE, 100 ml, 126 €

Ein fruchtiger Duft mit Moschusbasis und Zitrusnoten: Mit „Eau de Rhubarbe Écarlate“ präsentiert Christine Nagel ihr erstes Cologne für Hermès. Die säuerliche Frische von Rhabarber trifft auf die weiche Wärme von weißem Moschus. „Die Zwiegestalt von Rhabarber – frisch und samtig zugleich – faszinierte mich schon immer“, so Nagel.

2 BOSS, THE SCENT

EAU DE TOILETTE FOR HIM, 100 ml, 123 €

Die Neuinterpretation von Pascal Gaurin überzeugt mit einer intensiven Komposition aus ambrierten, holzigen und fruchtigen Noten. Die würzige Frische von Ingweröl trifft auf die süße Maninka-Frucht, abgerundet durch warme Ledernoten.

[2]

3 EMPORIO ARMANI, STRONGER WITH YOU

EAU DE PARFUM, 30 ml, 55 €

Der Neuzugang der Kollektion überzeugt mit einer vanillig-ledrigen Neuinterpretation des karamellisierten Kastanienakkords. Cécile Matton ergänzt die aromatische Frische von Lavendel um würzige Noten und intensiviert das Ganze durch einen markanten Lederakkord.

[3]

4 BURBERRY, HERO INTENSE

EAU DE PARFUM, 100 ml, 170 €

Das neue Eau de Parfum von Burberry zeichnet sich durch eine intensivere Formulierung aus: Holzig-warme Zedernholzöle dominieren die Herznote, belebt durch die Würze von schwarzem Pfeffer und abgerundet durch eine sinnliche Ledernote, die zusätzliche Tiefe verleiht.

REDAKTION: MANUELA HAINZ

GQ World
Beauty

FEINE-RISCHE KIN

Wenn Fruchtakkorde auf Würze treffen: Die neuen Düfte faszinieren durch raffinierte Kompositionen, in denen sich Zitrusnoten harmonisch mit Ambra-, Vanille- und Lederakzenten verbinden.

[4]

[5]

5 SERGE LUTENS, FLEURS D'ORANGER
EAU DE PARFUM, 100 ml, 228 €

„Fleurs d'Oranger" ist ein Duft aus der „Collection Noire" von Serge Lutens – ein Unisex-Parfum, das die betörenden Noten von Orangenblüten und Zibet vereint. Es erzählt die Geschichte von Serge Lutens' erster Reise nach Marokko im Jahr 1968 und ist inspiriert von den intensiven Aromen und lebhaften Szenen, die er dort wahrnahm.

6 VALENTINO, SOGNO IN ROSSO
EAU DE PARFUM, 100 ml, 325 €

Ein Haute-Couture-Duft aus der Serie „Anatomy of Dreams", kreiert vom Meisterparfümeur Fabrice Pellegrin. Der samtig-cremige Milchschaumakkord wird kontrastiert von würzigem Pfeffer. „Sogno in rosso" verkörpert Valentinos Liebe zu einer der kraftvollsten Farben der Welt: Rot.

[6]

FOTO: MAGNUS LECHNER

GQ World
Tech

HAND-*SIGNIERT*

[1]

[2]

[3]

1 STARWALKER SPACEBLUE METAL FÜLLFEDERHALTER 1070 EURO, von MONTBLANC

Der Füllfederhalter „Starwalker SpaceBlue“ von Montblanc ist eine Hommage an die Unendlichkeit des Weltraums. Das Design des Stiftes zitiert die Struktur einer der hypnotisierendsten Kreationen der Natur: das Widmanstätten-Gefüge, das schnell abkühlende Stahlkristalle ausbilden kann und das wie ein wildes Kunstwerk wirkt. Die Metallteile des Stiftes sind mit dunklem Ruthenium beschichtet, während sich die Kuppel in einem satten Blauton abhebt. Der handgefertigte Füller ist mit einer 585er-Goldfeder ausgestattet.

2 BLEISTIFT PROJECT STELLAR 690 EURO, von FABER-CASTELL

Was macht eigentlich den perfekten Bleistift aus? Diese Frage stellte sich auch das deutsche Traditionshaus Faber-Castell und entwickelte „Project Stellar“. Der Bleistift wird mit einer Kannelierung, einer B-Mine, einem Radiergummi sowie einem eingebauten Spitzer geliefert – perfekt für alle, die beim Schreiben und Skizzieren stets alles parat haben wollen. Ein besonderes Highlight: der blaue Sodalith im Kappenkopf, der die Erde im All darstellen soll.

REDAKTION: LAURA BÄHR

Es braucht 30 Muskeln und 17 Gelenke, um ein Wort aus dem Kopf über die Hand aufs Papier zu bringen. Das trainiert nicht nur die Fähigkeit, Informationen zu verarbeiten, sondern unterstützt auch das Gedächtnis und fördert die Kreativität. Und immerhin ist die Handschrift so etwas wie ein zweiter Fingerabdruck. Grund genug also für edles Schreibwerkzeug.

3 ALPINE EAGLE FÜLLFEDERHALTER
1170 EURO, von CHOPARD

Inspiriert von der bekannten „Alpine Eagle"-Uhr, führt der Füllfederhalter von Chopard die sportlich-elegante Ästhetik der Zeitmesserreihe der Marke fort. Mit einer Länge von 14,5 Zentimetern liegt der Stift, der mit dem Kontrast zwischen mattem und poliertem Finish spielt, kompakt und gut in der Hand. Die Feder aus 18 Karat Gold mit einer Rhodium-Beschichtung gleitet sanft übers Papier.

[5]

[4]

4 SANTOS DE CARTIER KUGELSCHREIBER
1010 EURO, von CARTIER

Dass die Marke Cartier es nicht nur beherrscht, die Handgelenke ihrer Kund:innen gebührend zu schmücken, beweist sie unter anderem mit dem Kugelschreiber „Santos de Cartier". Die Kappe aus gestreiftem Metall mit bernsteinfarbener PVD-Beschichtung passt perfekt zu dem gebürsteten Metall des Korpus, während Details und Schrauben im edlen Palladium-Finish für einen luxuriösen Akzent sorgen. Wer möchte, kann sein Schreibgerät darüber hinaus personalisieren.

5 TIFFANY T-CLIP KUGELSCHREIBER
450 EURO, von TIFFANY

1837 in New York City gegründet, ist der Juwelier vor allem für seinen hochpreisigen Schmuck und seine edlen Armbanduhren bekannt. Doch auch Accessoires gehören ins Portfolio der bekannten Brand. So zum Beispiel der Drehkugelschreiber aus Sterlingsilber mit T-Clip und einem Streifen in typischem „Tiffany Blue". Das markante Türkisblau ist eine der bekanntesten Markenfarben der Welt und wie Tiffany selbst aus der Luxuswelt kaum wegzudenken.

FOTO: MAGNUS LECHNER

GQ World
Watches

BLICKFANG ZIFFERBLATT

Worauf schaut man beim Blick auf die Uhr als Erstes? Richtig, aufs Zifferblatt. Neben der Angabe der Uhrzeit wartet es häufig auch mit dem einen oder anderen Design-Highlight auf. Ob Muster, besondere Farben, Sonnenschliff oder Guilloche-Effekt – das Zifferblatt gilt nicht umsonst als Fenster zur Seele der Uhr.

[1]

[2]

[3]

1 — ALPINE EAGLE 41
von Chopard, 41mm, 15900€

Das graue Zifferblatt der „Alpine Eagle“ erinnert dank seiner Galvanisierung an die Iris eines Adlers und zieht in ähnlicher Weise die Blicke auf sich. Rhodinierte römische Ziffern und Indizes, die mit Super-LumiNova beschichtet sind, runden den Look des Modells ab, das von der Liebe zu den Alpen inspiriert ist.

REDAKTION: LAURA BÄHR

[5]

[4]

5 — SBGA 415

von Grand Seiko, 40mm, 7500€

Das hellgraue, fein strukturierte Zifferblatt dieses Modells ist vom Schnee inspiriert, der im Winter auf den Bergspitzen Japans liegt. Doch fängt es nicht nur einen der wertvollsten Momente im Jahreszeitenkalender des Landes ein, sondern ist auch eine Neuinterpretation des berühmten „62GS"-Modells aus dem Jahr 1967.

2 — HIGHLIFE AUTOMATIC COSC

von Frederique Constant, 39mm, 1995€

In der „Automatic Cosc" treffen gleich mehrere Zifferblatttechniken aufeinander. Zum fein ziselierten Guilloche-Muster in markantem „British Racing Green" gesellt sich ein geprägter Globus. Er ist das Symbol einer neuen Generation und steht damit für das Ideal eines nachhaltigen Lebens.

3 — OYSTER PERPETUAL DATEJUST 41

von Rolex, 41mm, 11050€

Seit 1978 ist Rolex offizieller Timekeeper für das älteste Tennisturnier der Welt. Kein Wunder also, dass das schiefergraue Zifferblatt des hier gezeigten Modells unter Kenner:innen auch liebevoll „Wimbledon" genannt wird. Es erinnert mit Radialschliff und grünen römischen Ziffern an den heiligen englischen Rasenplatz.

4 — REVERSO TRIBUTE MONO-FACE SMALL SECONDS

von Jaeger-LeCoultre, 45.6X27.4 mm, 11400€

Die Geschichte der „Reverso" begann 1931, als der Zeitmesser mit rechteckigem Wendegehäuse die Branche revolutionierte. Während die zwei Seiten der Uhr sie einst zum stabilen Begleiter fürs Polospiel machten, können sie heute für Highlights wie ein Zifferblatt mit Sonnenschliff genutzt werden.

FOTO: MAGNUS LECHNER

GQ World Watches

Die zweite Chance für eine übersehene Ikone

Vacherons 70er-Jahre-Legende ist zurück. Die neueste „222“ ist nicht aus Gold gefertigt, sondern aus Edelstahl. VON CAM WOLF

DIE 1970ER-JAHRE waren eine turbulente Zeit für die Uhrenindustrie. Die damals neuartigen batteriebetriebenen Zeitmesser brachten die Schweizer Hersteller der alten Garde zum Zittern. Der Absatz von billigen Quarzuhren aus Japan stieg rasant an. Auf der Suche nach einer Strategie, um inmitten dieses radikalen Wandels relevant zu bleiben, fanden die Marken der heiligen Dreifaltigkeit der Schweizer Uhrenwelt – Audemars Piguet, Patek Philippe und Vacheron Constantin – dieselbe Problemlösung: Eine Uhr mit sportlichem Design aus Stahl musste her – produziert nach den üblichen High-End-Standards, aber geschaffen für den Alltag.

Die Entwürfe, die AP und Patek damals auf den Markt brachten, wurden später zu zwei der beliebtesten Uhren der Geschichte: die „Royal Oak“ und die „Nautilus“. Der Entwurf von Vacheron Constantin hingegen schaffte es nicht in die Ruhmeshalle; allein die hartgesottenen Uhrenliebhaber:innen kennen und lieben ihn. Es war im Jahr 1977, als Vacheron anlässlich des 222-jährigen Firmenjubiläums die „222“ lancierte, die hauseigene Antwort auf den Quarz-Trend. In nur acht Jahren der Produktion entstanden höchstens ein paar Tausend Exemplare, von denen nur einige Hundert aus Stahl gefertigt wurden. Ihre ausbleibende Popularität machte die „222“ zu einem eher unbekannten Sammler:innenstück. Bis jetzt. Nachdem Vacheron die Goldversion der Uhr im Jahr 2022 mit viel Trara wieder auf den Markt gebracht hat, kommt nun auch eine Version aus Edelstahl. Die „Historiques 222“ (34 700 €) ist die Reinkarnation einer Uhr, die eigentlich eine Legende hätte werden sollen. Trotz der durchaus zahlreichen Gemeinsamkeiten der „222“ mit der „Royal Oak“ und der „Nautilus“ unterscheidet sie sich in den Details deutlich von ihnen. Die beiden beliebteren Modelle stammen von Gérald Genta, dem bekanntesten Uhrendesigner der Moderne. Ebenso sind beide von nautischen Themen inspiriert. Die „Royal Oak“ ähnelt einem Taucherhelm, die „Nautilus“ dem Bullauge eines Schiffes. Vacheron hingegen wandte sich für seine Quarz-Lösung an einen damals noch unerfahrenen 20-jährigen Gestalter namens Jörg Hysek. Er entschied sich für ein subtiles Design ohne Verbindung zu Großgewässern. Hysek integrierte das Armband ins Gehäuse, welches deutlich weniger kurvenreich ist als das der „Nautilus“. Ebenso schenkte er der Lünette ein gekerbtes Design, ein Kontrast zu den sichtbaren Schrauben der „Royal Oak“. Die „222“ lebt von einer stillen Eleganz, die ihrer Zeit voraus war.

Gerade weil die Uhr bei ihrer Veröffentlichung den Mainstream nicht für sich einnehmen konnte, reizt der Relaunch heute so sehr. Die Nischenattraktivität und das Fehlen jeglicher Prahlerei des Zeitmessers überzeugen – und genau diese Attribute hat Vacheron über Jahrzehnte behutsam bewahrt. Ihre Kundschaft mit einer Affinität für sportliche Modelle bedient die Marke seit den 1990ern ohnehin bereits mit den „Overseas“-Modellen. Die „222“ ließ man in den Archiven ruhen und wartete auf den richtigen Moment.

Mit der „Historiques 222“ aus Edelstahl gibt Vacheron dem Modell jetzt eine zweite Chance für den großen Ruhm. Das Design der neuen Uhr gleicht dem des Vorgängermodells aus dem Jahr 1977 praktisch vollkommen. Sie wurde auch nicht mit unnötigen Komplikationen ausgestattet, und sogar die Größe ist die gleiche: Sie misst schlanke 37 Millimeter.

Das Überraschende an diesem Release ist, dass er nicht früher kam. Sportliche Luxusuhren dominierten in den vergangenen zehn Jahren den Markt. Die goldene „222“ war vor drei Jahren ein Instant-Erfolg und trieb die Auktionspreise für alte Modelle in die Höhe. Aber nur das stählerne Modell verkörpert die Besonderheiten des Entwurfs perfekt. Deshalb musste das Original her: eine Uhr, die damals wunderschön war – und es heute umso mehr ist.

Adaptiert von DANIEL BILINSKI.

Die „222“ ist eine subtilere, weniger nautisch inspirierte Version der klassischen Sportuhr aus Stahl.

ILLUSTRATION: KELSEY NIZIOLEK; FOTO: COURTESY OF THE BRAND.

SKECHERS
HYPER BURST PRO™

SKECHERS
PERFORMANCE
FITKNIT®

9 HARRY KANE

SKECHERS®
FOOTBALL
COMFORT THAT PERFORMS®

Malediven Eröffnung 2026

BODRUM | KEMER | BELEK TÜRKİYE

Für Buchungen rufen Sie bitte unter +90 242 444 62 99
an oder senden Sie eine E-Mail an book@maxxroyal.com
www.maxxroyal.com

Ihre Traumreise beginnt hier.

Steigern Sie Ihre Erwartungen und begeben Sie sich auf eine unvergessliche Reise, die Sie verzaubern und inspirieren wird.

MAXX ROYAL

RESORTS

GQ World
Cars

LESS BUT BETTER

Den Namen Volvo verbinden viele mit einer klaren Ästhetik, die das Beste aus der Welt des skandinavischen Designs mit modernem Luxus vereint. Doch was hat es in Sachen Gestaltung mit der unaufgeregten Marke aus dem hohen Norden auf sich?

GQ World
Cars

VOLVO, HEUTE EIN SYNONYM für skandinavisches Fahrzeugdesign und nachhaltige Mobilität, hat sich innerhalb von nahezu 100 Jahren von einem kleinen schwedischen Automobilhersteller zu einer globalen Marke entwickelt. 1927 von Assar Gabrielsson und Gustaf Larson in Göteborg gegründet, leitet sich der Name vom lateinischen Wort „volvere“ für „rollen“ ab. Die ersten Modelle wurden als robuste und sichere Fahrzeuge für schwedische Straßen konzipiert – mit dem Ziel, den mitunter harten klimatischen und geografischen Bedingungen des Landes zu trotzen und die Insass:innen sicher und komfortabel ans Ziel zu bringen. Es war kein anderer als Volvo-Ingenieur Nils Bohlin, der in den 1960er-Jahren den bis heute gebräuchlichen Dreipunkt-Sicherheitsgurt erfand und damit die Automobilbranche revolutionierte. Doch nicht nur das: Man entschied, das Patent für das Gurt-System zur freien Verfügung zu stellen, um die Sicherheit auf globaler Ebene zu fördern. Bis heute steht Volvo für eine ganzheitliche Philosophie, die sowohl das Wohl der Menschen als auch das der Umwelt im Blick hat. Wir haben mit Florian Mockenhaupt, Direktor des Exterieur Design bei Volvo, über Formensprache, Markenwelten und das perfekte Kompliment gesprochen.

GQ: Herr Mockenhaupt,müssten Sie ein Volvo-Modell auf sein wesentliches Alleinstellungsmerkmal reduzieren, welches wäre das?

FLORIAN MOCKENHAUPT: Die Kunst liegt in unserem Fall darin, alle Fahrzeuge permanent auf das Wesentliche zu reduzieren. Nur so kann ein Auto zeitlos sein, ohne langweilig zu werden – und das ist die Quintessenz skandinavischen Designs. Natürlich ist es verführerisch, stets viele gestalterische Details in ein Fahrzeug hineinzupacken, aber so ein Vorgehen trägt selten zu wirklich gutem Design bei. Und die Schweden wissen, wovon sie sprechen (*lacht*).

Warum?

Man muss sich nur ihre Möbel anschauen, die auch nach 30 Jahren noch gut aussehen. Genau diese Maxime verfolgen wir mit jedem Auto und fragen uns bei jeder neuen Linie, ob sie wirklich nötig ist. Bei Modellen wie dem Volvo EX30 Cross Country spielen wir auch mal bewusst mit der skandinavischen Kreativität, die stark von der schwedischen Naturverbundenheit beeinflusst wird. Hier ist es üblich, nach der Arbeit in der Natur zu entspannen und beispielsweise schnell an den Strand zu fahren. Diese Lebensweise fließt auch ins Design der Autos ein.

Es braucht also immer eine Art Minimalismus, damit ein Design über Jahre funktioniert?

Für uns braucht es Minimalismus und Konsistenz, ja. Wir haben viel Forschung betrieben, um sicherzustellen, dass alle Volvo-Modelle von Weitem als solche erkennbar sind – egal ob man ein bestimmtes Modell schon einmal gesehen hat oder nicht. Premiumkund:innen schätzen diesen Wiedererkennungswert, weil sie eine klare Markenzugehörigkeit und eine Art Familiengefühl vermitteln.

Viele Autohersteller setzen aktuell auf eine ähnliche Formensprache. Wie schafft man es, sich von der Konkurrenz abzuheben? Ist das heute überhaupt noch möglich?

Man muss es zumindest versuchen, denn der Wettbewerb auf dem Automarkt ist groß. Unser Motto lautet „Less but better“. Wir integrieren also nur Dinge, die sinnvoll sind und funktionieren. Das passt natürlich ideal zum skandinavischen Designprinzip, das einfach und logisch ist und auch im Automobilbau gut ankommt. Volvo ist für mich gleichzeitig eine der ehrlichsten und eine der intellektuellsten Marken. In Deutschland fahren viele Architekt:innen und Ärzt:innen Volvo – das ist das Image, für das wir arbeiten (*lacht*). Wir setzen auf Innovationen, die den Endkund:innen echten Nutzen bringen. Klar, es gibt coole Technik, aber oft ist diese lediglich Augenwischerei. Wir möchten nicht einfach nur schicke Extras einbauen, die keine wirkliche Funktion haben, sondern überlegen bei jedem Zusatzelement, was es den Kund:innen tatsächlich bringt.

Besteht da nicht die Gefahr, anderen nordischen Marken mit einem ähnlichen Designprinzip zu gleichen?

Das bereitet uns keine Sorgen. Zunächst gibt es nicht besonders viele nordische Marken – einige, die es mal gab, existieren leider nicht mehr. Und selbst wenn, hätte der Markt genug Potenzial. Skandinavisches Design funktioniert offensichtlich. Das sieht man unter anderem daran, dass immer mehr Automarken es adaptieren. Es gibt heute eine Reihe von Modellen, bei denen man, würde man das Logo nicht sehen, fast denken könnte, es handele sich um einen Volvo (*lacht*). Wenn man kopiert wird, ist das in der Regel ein Zeichen dafür, dass man einen richtig guten Job macht.

Um noch einmal zum Minimalismus zurückzukehren: Wie gelingt Ihnen die Unterscheidung zwischen den Elementen, die ein Fahrzeug wirklich braucht, und denen, die verzichtbar sind?

Durch viel Arbeit und intensives Testen. Wir haben Research-Sessions mit Endkund:innen durchgeführt, um herauszufinden, was sie fürs gute Fahren langfristig benötigen. Ein sprechendes Beispiel dafür ist der Volvo EX90, unser vollelektrisches Premium-SUV. Schon in der frühen Designphase haben wir unseren CEO ins Studio geholt und ihm die Idee präsentiert, ein Fahrzeug zu gestalten, das keinen Kühlergrill mehr hat. Dieses Auto braucht ihn nicht mehr, also kann er weg. Zu unserer Überraschung hat er zugestimmt, damit ging die eigentliche Arbeit aber erst los. Denn wie gestaltet man ein Fahrzeug ohne Kühlergrill? Autos hatten immer einen Grill, entsprechend haben sich die Sehgewohnheiten der Menschen über die Jahrzehnte entwickelt. Es war eine große Herausforderung, das Design dennoch ansprechend zu gestalten. Aber es hat funktioniert.

REDAKTION: **LAURA BÄHR**

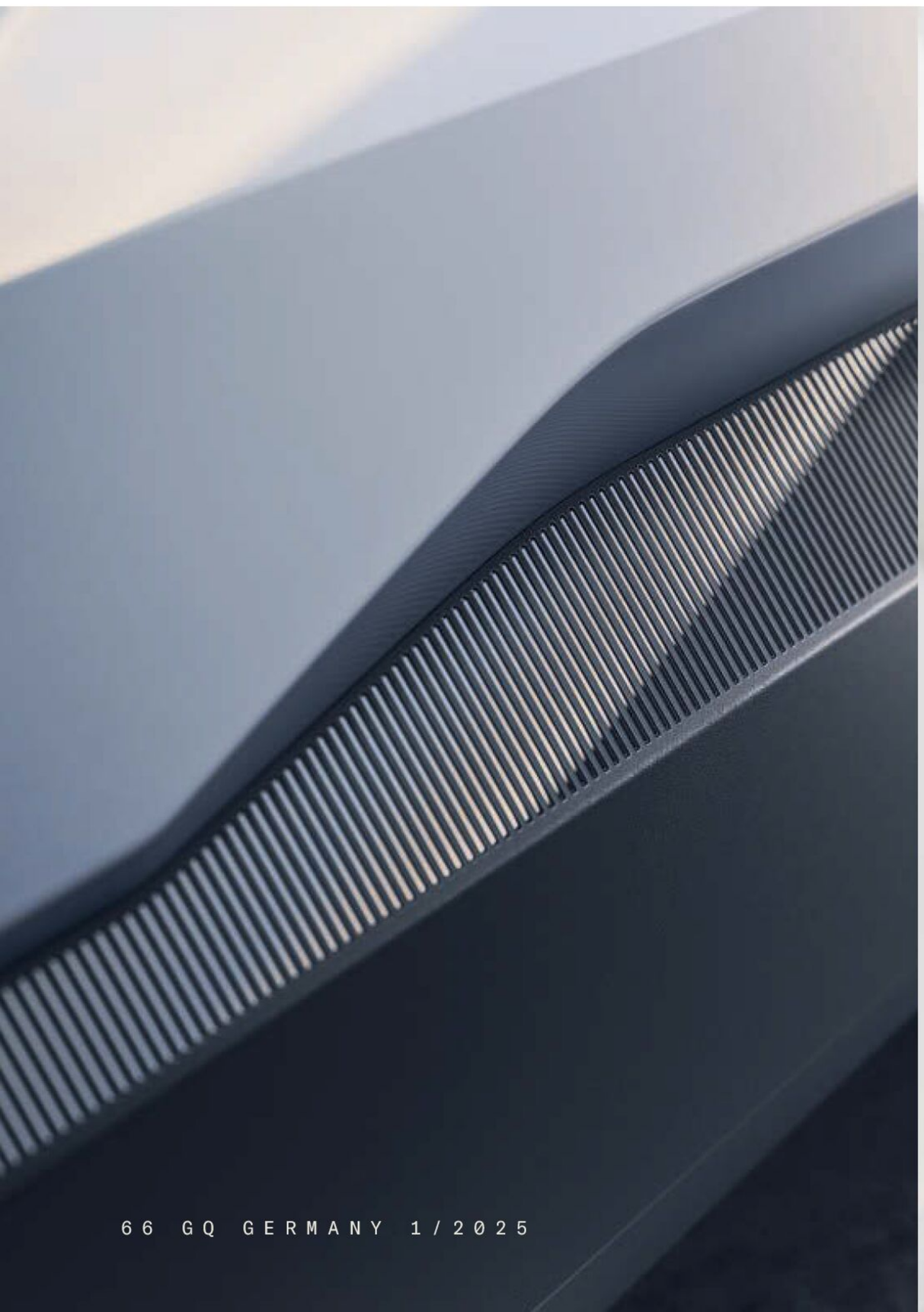
GQ World
Cars

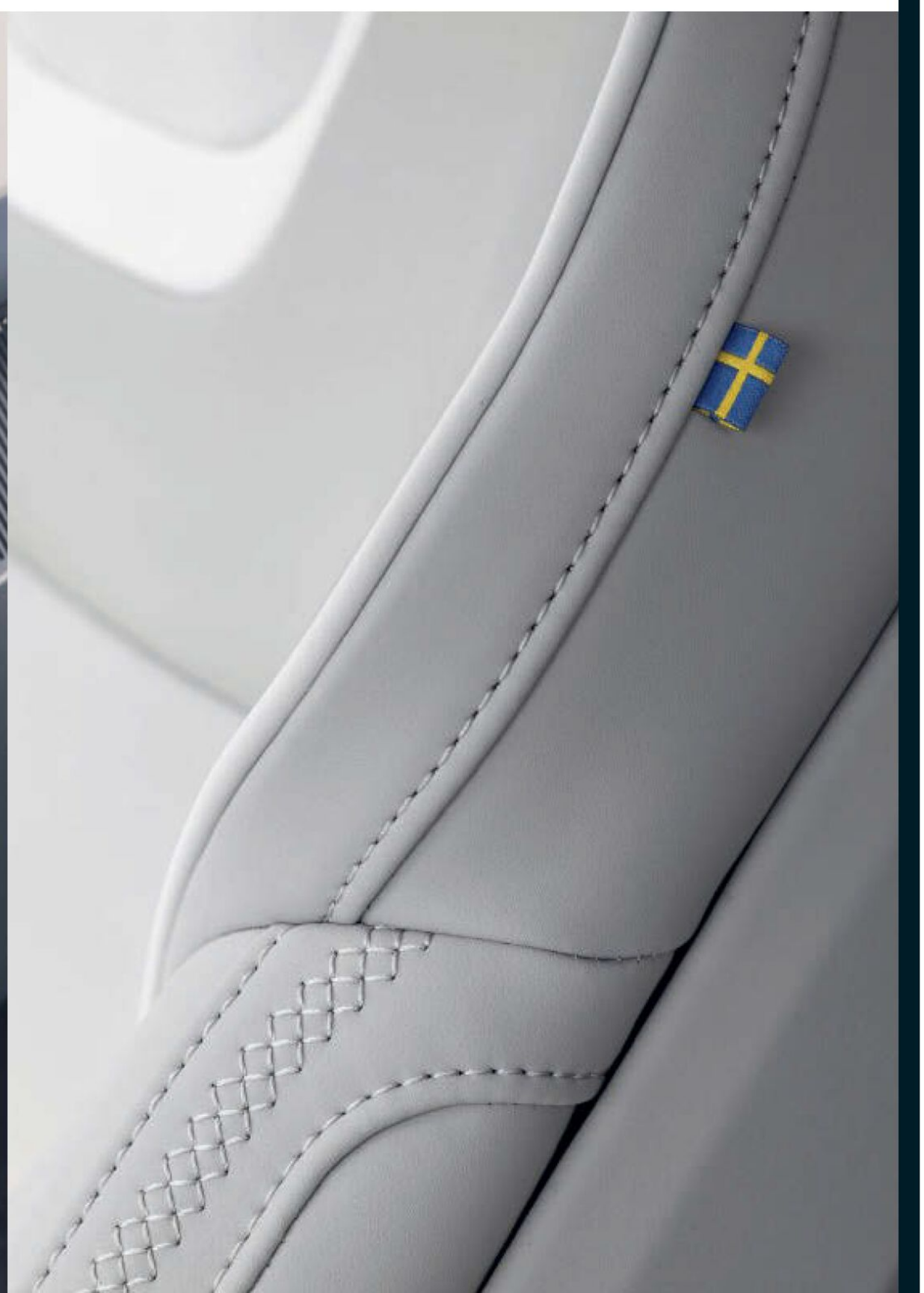
Was unterscheidet die schwedische Designsprache konkret von der deutschen? Und muss die Designsprache eines Autos heute nicht zwangsläufig international sein?
Das ist grundsätzlich richtig, ein Fahrzeug sollte international funktionieren. Allerdings sind es gerade die verspielten Details, mit denen sich Zugehörigkeit signalisieren lässt und die den Menschen ein Lächeln ins Gesicht zaubern – ich denke etwa an integrierte Flaggen im Interior. Der große Unterschied zwischen deutschem und schwedischem Design liegt im Fokus: Deutsches Design betont Ingenieurskunst und Technik, und das spiegelt sich auch in der Werbung wider. Skandinavisches Design hingegen legt den Fokus auf den Menschen. Ziel ist es, das Leben komfortabler zu machen. Das Auto soll eine Art skandinavisches Wohnzimmer auf vier Rädern sein, in dem man sich entspannen kann. Natürlich verfügen unsere Fahrzeuge über jegliche Technik, die es braucht. Aber wir zeigen unseren Kund:innen nicht jedes Detail, denn das interessiert sie nicht. Sie vertrauen darauf, dass wir die richtige Wahl für sie treffen, die wirklich wichtigen Dinge für sie kuratieren. Unsere Aufgabe ist es, ihnen ein gutes Gefühl zu vermitteln: die Sicherheit, sich auf ihr Auto verlassen zu können.

„Wenn man kopiert wird, ist das in der Regel ein Zeichen dafür, dass man einen richtig guten Job macht."

Immer mehr Automobil-Brands schaffen ganze Markenwelten, eröffnen Restaurants und Hotels. Wird es auch in Zukunft zunehmend um Erlebnisse gehen statt allein um Fahrzeuge an sich? Und was halten Sie von dieser Entwicklung?
Viele Hersteller verfolgen diesen Ansatz, um ihre Markenwahrnehmung auf dem mittlerweile extrem gesättigten Markt zu stärken. Volvo hat da aber einen klaren Vorteil: Auch wenn wir nicht die allergrößte Marke sind, kennen uns doch vergleichsweise viele Menschen und verbinden uns mit bestimmten Werten. Daher müssen wir nicht viel tun, um dieses Bild zu verstärken – unsere Modelle sprechen für sich. Hinzu kommt, dass die Basis einer starken Markenwahrnehmung meiner Ansicht nach immer ein exzellentes Produkt ist. Alles, was noch dazukommt, ist nett. Aber wenn das Produkt selbst nicht überzeugt, kann man die Wahrnehmung einer Marke nicht durch zusätzliche Angebote oder Erlebnisse verbessern. Natürlich haben wir auch in die „World of Volvo" investiert, unser Erlebniszentrum in Göteborg. Aber alles, was wir tun, basiert auf dem, was unsere Kund:innen sich tatsächlich wünschen. Wir machen nichts, nur weil alle anderen es auch machen.

Wie stehen Sie zu den Individualisierungsprogrammen vieler Brands? Sollte ein Auto mehr und mehr zum persönlichen Item werden, in dem sich jedes Detail anpassen lässt?
Im absoluten Luxussegment, also jenseits des Mainstreams, werden Autos sowieso in kleinen Stückzahlen produziert. Da gibt es also keine Einschränkungen bei der Individualisierung. Aber das stößt an seine Grenzen, sobald es in die industrialisierte





Produktion geht. Stellen Sie sich vor, man wollte eine Million Autos in einer Million Variationen verkaufen – das ist nicht umsetzbar. Wir bei Volvo bieten Individualisierungen an, aber immer innerhalb vorgefertigter Pakete. So stellen wir sicher, dass das Endprodukt, wie jedes andere unserer Fahrzeuge auch, durchdacht gestaltet ist. Unsere Designer:innen sorgen dafür, dass jede Wahl harmonisch und funktional ist.

Mit seinen Fahrzeugen ist Volvo Teil des Luxusmarktes. Wie schaffen Sie dort Begehrlichkeiten?

Indem wir ein Stück skandinavische Kultur in die Welt exportieren. Wer wie ich eine Zeit lang in Schweden gewohnt hat, merkt schnell, dass der skandinavische Lebensstil ganz anders ist als der deutsche. Er ist darauf ausgelegt, das Leben miteinander einfacher zu gestalten. Schweden gehört zu den Ländern mit der weltweit höchsten Lebensqualität, und das liegt auch daran, wie unkompliziert der Alltag hier ist. Ein Beispiel: Die Steuererklärung in Schweden erledigt man mit einer App: einmal im Jahr ein Knopfdruck – und fertig. Im Vergleich zu Deutschland, wo das Ganze deutlich aufwendiger ist, zeigt sich hier, wie durchdacht vieles funktioniert. Genau dieses Gefühl von Einfachheit und Effizienz versuchen wir, mit unseren Autos zu transportieren.

Wie gelingt das?

Ein Beispiel: Es ist allgemein bekannt, dass Google Maps eines der besten existierenden Navigationssysteme ist. Wir haben uns daher nicht abgemüht, ein eigenes zu entwickeln, sondern lieber gleich den Marktführer in unsere Autos integriert. Auch das gehört zu unserer Philosophie: Es geht darum, es sich nicht unnötig schwer zu machen. Mittlerweile kann man sich ins Auto setzen und sagen, wohin man fahren möchte. Die Spracherkennung identifiziert das Ziel automatisch und zeigt einem die schnellste Route an, auch bei sich verändernden Verkehrsbedingungen. Um diese Unkompliziertheit geht es uns – und ich denke, wir sind ziemlich gut darin.

Was bedeutet das konkret für die Fahrzeuge?

In Sachen Design muss ein Premium-Fahrzeug auf mehreren Ebenen funktionieren. Auf der ersten Ebene müssen die Proportionen attraktiv sein. Wir gehen dabei immer von einer Regel aus, die wir „100 Meter, zehn Meter, ein Meter“ nennen. Das bedeutet, dass man das Auto zuerst aus 100 Metern Entfernung sieht – und schon da müssen die Proportionen stimmen. Aus zehn Metern Entfernung ist zum Beispiel die Lichtsignatur sichtbar, die unsere Autos als Volvos erkennbar macht. Dann kommt das Flächengefühl, das für uns ebenfalls sehr wichtig ist – die Proportionen. Diese rundum durchdachte Gestaltung hat für mich viel mit der intellektuellen Seite von Volvo zu tun, die ich vorhin bereits erwähnte. Wir machen nicht einfach beliebige Volumina – jedes von ihnen hat eine nachvollziehbare Theorie. Hinter den Formen steht eine Logik, die es dem Gehirn erleichtert, das Gesehene zu verstehen. Zusätzlich versuchen wir, auch Details einzubauen, die den Alltag der Menschen ein Stück weit verschönern, wie zum Beispiel die Frontleuchte des EX90, bei der sich die Lampe wie ein Auge öffnet und die Module anzeigt. Diese Details sind es, die das Design von Volvo einzigartig machen.

Sie sind mittlerweile seit mehr als sieben Jahren bei Volvo. Nehmen

GQ World
Cars

Sie Fahrzeuge anders wahr, seit Sie sie selbst designen?
Das ist wirklich eine Berufskrankheit (*lacht*). Man fragt sich als Gestalter:in immer, wie bestimmte Lösungen im Designstudio erreicht wurden. Was hat es mit der einen, besonderen Naht auf sich? Welche Kombination ist besonders gelungen? Und gibt es handwerkliche Fehler? Im besten Fall kann man sogar aus diesen Fehlern lernen. Von Zeit zu Zeit kann es passieren, dass ich mich an einer Straßenecke vor einem Auto kniend wiederfinde und mir eine Stunde lang eine bestimmte Ecke anschaue (*lacht*).

Sie haben Industriedesign studiert und sich später auf Fahrzeuge spezialisiert. Was macht das Auto als Designobjekt so besonders?

„Skandinavisches Design legt den Fokus auf den Menschen. Ziel ist es, das Leben komfortabler zu machen."

Was mich am Autodesign so reizt, ist der Umstand, dass es sich um ein extrem komplexes Konsumentenprodukt handelt. Autos sind eine große Investition, und die Menschen überlegen nachvollziehbarerweise sehr genau, wofür sie ihr Geld ausgeben. Die größte Herausforderung ist, die Technik in das Design zu integrieren, ohne dass sie groß auffällt oder gar im Weg ist. Die Kunst liegt für mich darin, kreative Ansprüche mit der praktischen Seite zu verbinden, sodass ein Auto entsteht, das nicht nur ästhetisch ansprechend ist, sondern vielmehr das Leben der Menschen verbessert. Darin unterscheidet sich Produktdesign von der Kunst, deren Zweck oft rein ästhetischer Natur ist, ohne funktional sein zu müssen. Mich reizt es, ein Produkt zu schaffen, das im Alltag sichtbar ist. Wenn ich durch die Straße gehe und ein Auto sehe, an dem ich mitgearbeitet habe, dann weiß ich, dass ich ein Produkt geschaffen habe, das wirklich genutzt wird. Das ist das beste Gefühl.

Gibt es in Ihrer Branche eine Regel, die Sie gern einmal brechen würden?
In meinen Augen wird im Autodesign momentan schon viel hinterfragt, und das macht unsere Zeit zu einer wirklich spannenden. Ein gutes Beispiel ist der Tesla Cybertruck, der überhaupt nicht den klassischen Design-Regeln folgt. Ob er jetzt schön oder hässlich ist, sei mal dahingestellt, aber er ist ohne Zweifel dazu gemacht, einen Hype zu erzeugen. Das ist ein Thema, das in der Branche immer wichtiger wird. Regeln, die man aus gestalterischer Sicht hin und wieder gern brechen würde, beruhen auf der Gesetzgebung, also der Straßenverkehrsordnung. Die braucht es für die Sicherheit aller unbedingt. Natürlich ist zum Beispiel der Fußgängerschutz unverzichtbar, aber für uns Designer:innen kann er unfassbar anstrengend sein, da er die Form von Autos vor allem in der Front maßgeblich beeinflusst. Rein aus ästhetischer Sicht würde ich da gern experimentieren, aber ich verstehe natürlich, dass diese Regeln aus gutem Grund existieren. Ich als Fußgänger möchte nicht mit einem Auto kollidieren, das diese Vorschriften ignoriert.

Welches Kompliment würden Sie für Ihre Fahrzeuge gern öfter hören?
Der Ansporn eines Autodesigners sollte nicht darin liegen, Komplimente zu bekommen. Schön ist es natürlich trotzdem. Das beste Kompliment ist, wenn sich das Auto gut verkauft. Das klingt vielleicht unemotional, aber letztlich geht es darum, ein Produkt zu liefern, das die Kund:innen glücklich macht.

Das hat sich in all den Jahren, die Sie im Beruf sind, nicht verändert?
Das hat sich nicht verändert. Der Beruf des Automobildesigners gibt mir das Gefühl, viel erreichen zu können. Schließlich sehe ich meine Produkte überall herumfahren. Dazu kommt: Man kann anderen immer leicht erklären, was man beruflich macht (*lacht*). Gerade auf Partys ist das sehr angenehm.

Welcher Trend in der Autobranche wird Ihrer Ansicht nach überbewertet und worüber sollte im Gegenteil mehr gesprochen werden?
Überbewertet finde ich den Hype um die immer größer werdenden Displays in den Fahrzeugen. Es geht schließlich nicht nur darum, mehr Infos zu zeigen, sondern diese auch sinnvoll zu kuratieren, damit die Fahrenden nicht unnötig abgelenkt werden. Viele Marken konkurrieren um noch größere und auffälligere Displays. Das wirkt auf den ersten Blick beeindruckend, aber ob es das Fahrerlebnis verbessert, ist eine andere Frage. Was mir hingegen oft zu kurz kommt, ist das Thema autonomes Fahren. Zwar wird viel darüber gesprochen, doch die tiefgreifenden Auswirkungen auf die Autoindustrie und das Konzept des Autos in der Zukunft werden zu wenig beleuchtet. Autonomes Fahren hat das Potenzial, die gesamte Branche grundlegend zu verändern.

Was ist Ihr persönlicher Ansatz für mehr Nachhaltigkeit in der Branche? Welche Wünsche haben Sie in dieser Hinsicht für die Zukunft?
Im Design geht es uns wie gesagt um „Less but better". Unsere Erde hat begrenzte Ressourcen, mit denen wir verantwortungsvoll umgehen müssen, um unseren Kindern und Enkeln eine lebendige Zukunft zu hinterlassen. Deshalb denken wir intensiv darüber nach, wie wir Dinge schaffen können, die von langfristigem Wert sind. Ein Beispiel ist der kostenlose Roll-out unseres neuen Infotainment-Systems für über zwei Millionen Autos, die wir bereits auf der Straße haben. Solche Updates verlängern die Lebensdauer der Fahrzeuge und sind ein wesentlicher und leicht umsetzbarer Beitrag zur Nachhaltigkeit – abseits von neuen Produkten.

Was wird in Zukunft darüber entscheiden, wer in der Branche ganz oben mitspielt?
Im Grunde braucht es die beste Glaskugel. Als Marke muss man extrem gut darin sein, die richtigen Lösungen zur richtigen Zeit anzubieten. Autos werden mit einem Vorlauf von etwa vier Jahren entwickelt, und man muss vorhersehen, was die Menschen in der Zukunft brauchen und wollen. Als Henry Ford seine Autos erfand, wollten die Leute schnellere Pferde. Sie wussten nicht, was ein Auto eigentlich ist und welche Möglichkeiten es ihnen bieten könnte. Es geht also vor allem darum, Megatrends zu erkennen und zu überlegen, wie sie die Welt in fünf, sechs oder sieben Jahren verändern könnten. Wir beschäftigen ein ganzes Team, das sich genau mit dieser Zukunftsforschung befasst, um Lösungen für die Herausforderungen von morgen zu entwickeln. Nur die Marke, die diese Fragen richtig beantwortet, wird in Zukunft ganz oben mitspielen.

FOTOS: VOLVO.

GQ World
Drinks

Tequila ist die Spirituose der Stunde. Deswegen sollten auch skeptische Naturen dem Brand eine Chance geben.

Die Magie der Agave

↓ **Mayaciel Reposado**
Klassisch hergestellt und anschließend in ausrangierten Rumfässern gereift, erhält dieser Reposado eine tolle Komplexität.

↑ **Don Julio 1942 Añejo**
Nach 36 Monaten der Reifung in Eichenholzfässern schmeckt man eine unglaubliche Tiefe sowie warme Karamell- und Vanille-Noten.

← **Patrón El Cielo**
Vierfach destilliert, dadurch besonders mild und fast seidig weich, machen ihn seine süßen Zitrusnoten perfekt zum langsamen Pur-Trinken.

↑ **Volcán de mi Tierra XA**
Ein lange gereifter Blend aus unterschiedlichen Terroirs, dessen Kräuternoten in süße Vanille übergehen.

REDAKTION: MATHIAS OTTMANN

GQ World Drinks

Auf dem Weg an die Spitze

Vorbei die Zeiten, als es Tequila nur als billigen Shot mit Salz und Zitrone gab. Handwerklich hergestellt zeigt die Spirituose auf beeindruckende Weise, zu welcher Tiefe und geschmacklichen Brillanz sie fähig ist. So wird das mexikanische Nationalgetränk auch bei uns salonfähig.

WER ÄLTER ALS 35 ist und in der Jugend gern feierte, hat mit Sicherheit ganz eigene Erfahrungen mit Tequila gemacht – und nicht immer werden das nur gute gewesen sein. Ein billiger Rausch mit der Partyvariante „Salz, ein Shot weißer Tequila, Zitronenschnitz“ hat sicher nicht selten für Ausfallerscheinungen und einen schweren Kater gesorgt. Für viele ist diese Erfahrung Grund genug, ein für alle Mal zu beschließen, dass sie Tequila nicht mögen. Das ist ein Fehler.

Tatsächlich hat hochwertiger Tequila mit dem Partygetränk nur wenig gemein. Die meisten günstigen Varianten gehören zur Kategorie „Tequila Mixto“, der nur zu einem Teil aus reinem Agavenbrand besteht und mit aus anderen Zuckersorten wie Rohrzucker oder Maissirup gewonnenem Alkohol angereichert werden darf. Zwar besitzt der Mixto die typische Agavennote, was ihn ganz passabel zum Mixen macht. Aber er schmeckt oft stark alkoholisch und bietet keinerlei Tiefe oder Ausgewogenheit.

Die „echten“ Tequilas sind handwerklich hervorragend gemachte Spirituosen aus sorgfältig ausgewählten Exemplaren der Blauen Agave, auch „Agave tequilana“ genannt. Sie werden nach traditioneller Art gekocht, vergoren und gebrannt – ohne zugesetzten Zucker und ohne irgendetwas, das den reinen und klaren Geschmack der Zutaten verschleiern könnte.

Nach wenigstens zwei Brenndurchgängen wird der Tequila auf Trinkstärke verdünnt und entweder direkt abgefüllt oder zum Reifen in Holzfässern gelagert. So erhält man am Ende Tequila in vier unterschiedlichen Qualitätsstufen: Der klare, direkt abgefüllte Tequila wird als „blanco“ bezeichnet, also weiß, manchmal auch „plata“, silbern. Er zeichnet sich durch frische zitrische Noten aus, ist bestenfalls mild und ausgewogen und hat ein feines Agavenaroma.

Der Reposado wurde bis zu zwölf Monate in Fässern gelagert und bekommt durch das Holz eine leichte Brauntönung. Er schmeckt runder und milder, ohne von holzigen Vanillenoten überlagert zu werden. Nach einer Reifung von einem Jahr bis zu drei Jahren spricht man von einem Añejo, reift er noch länger, von einem Extra Añejo. Hier sieht man in der dunkelbraunen Farbe des Tequilas deutlich das Holz. Der Geschmack ist weich und aromatisch, mit Noten von Vanille und Eiche sowie oft süßlich-floralen Anklängen. Manche Tequila-Destillerien führen darüber hinaus eine Kategorie namens Ultra Añejo, die aber nicht streng definiert ist. Stattdessen präsentiert hier jeder Hersteller seine ältesten und oft auch exklusivsten Editionen.

Wer sich auf das Abenteuer Tequila einlassen und tief in diese Welt einsteigen will, dem haben wir eine Reihe herausragender Brände zusammengestellt, von denen jeder etwas Besonderes ist. Das beginnt beim einfachen „Teremana Blanco“ aus der Destillerie von Dwayne „The Rock“ Johnson, der sich durch eine klare Linie mit viel zitrischer Frische perfekt zum puren Genießen oder Mixen in Cocktails eignet. Etwas komplexer ist der Reposado von Mayaciel, der von zwei Deutschen in Mexiko produziert und in ausrangierten Rumfässern gereift wird. Das bringt den Eigengeschmack der Agave wunderbar zur Geltung und verleiht dem Tequila gleichzeitig eine komplexe Süße – und damit genug Charakter, um in Cocktails nicht unterzugehen. Der Plata von Clase Azul und der „Cielo“ von Patrón sind so hochklassige weiße Tequilas, dass sie eigentlich zu schade sind zum Mixen und am meisten Spaß machen, wenn man sie pur – eventuell sogar auf Eis – langsam genießt.

Am oberen Ende der Verfeinerungsskala finden sich die gereiften Ausgaben von Don Julio und Volcán de mi Tierra. Hergestellt mit sorgfältig ausgewählten Agaven, wurden beide Brände lange in Eichenholzfässern gelagert. Diese Editionen stehen einem edlen Whisky oder Cognac in nichts nach und runden einen Abend perfekt ab.

Ein Sonderfall, der die Geschmacksnerven gleichzeitig verwirrt und verzaubert, ist der Tequila „Cristalino“. Er wird wie ein Añejo oder Reposado im Eichenfass gereift, anschließend aber noch einmal gefiltert, wodurch der Brand die bräunliche Trübung des Holzes wieder verliert. Das Reifearoma bleibt allerdings erhalten, sodass man einen klaren Tequila vor sich hat, der reifer und runder schmeckt als ein Blanco – sich farblich aber nicht von diesem unterscheidet.

Wenn Sie sich einen Tequila ausgesucht haben, müssen Sie sich nur noch für die richtige Art entscheiden, ihn zu trinken. Der Shot mit Salz und Zitrone hatte noch nie etwas mit mexikanischer Tradition zu tun. Auch wenn Zitrusfrüchte und Salz die Agavennoten durchaus gut begleiten.

Unser Tipp für weißen Premium-Tequila: Versuchen Sie es statt mit dem Shot- mal mit einem Nosing-Glas wie beim Whisky. Vergessen Sie das Salz, aber stellen Sie sich einen kleinen Teller mit Limetten-Schnitzen bereit. Wenn Sie dringend etwas Saures brauchen, können Sie durchaus zubeißen. Oder Sie mixen sich mit einer guten Grapefruit-Limonade und einem Schnitz Limette eine Paloma – hier passt eine kleine Prise Meersalz fantastisch ins Geschmacksbild.

Añejo und Extra Añejo bitte pur genießen. Wetten, dass Sie bald auch Tequila-Fan sind?

FOTOS: **MAGNUS LECHNER**

GQ World Drinks

← **Teremana Tequila Blanco**
Nach traditioneller Methode in kleinen Chargen hergestellt, schmeckt er angenehm mild und überzeugt mit frischen Zitrusnoten.

↑ **Clase Azul Plata Tequila**
Optisch und geschmacklich ein vollendetes Kunstwerk: aromatisch, mild und mit einer langen, geradezu komplexen Süße.

↑ **1800 Cristalino Tequila**
Gereift wie ein Añejo, wird er anschließend noch einmal gefiltert. Für einen klaren Tequila besitzt er eine unerwartete aromatische Tiefe.

Berlin at its best

THE ROOFTOP TERRACE AT HOTEL DE ROME, BERLIN

ROCCO FORTE HOTELS

HOTEL DE ROME BERLIN HOTEL AMIGO BRUSSELS THE BALMORAL EDINBURGH HOTEL SAVOY FLORENCE
BROWN'S HOTEL LONDON ROCCO FORTE HOUSE MILAN THE CHARLES HOTEL MUNICH MASSERIA TORRE MAIZZA PUGLIA
HOTEL DE LA VILLE ROME HOTEL DE RUSSIE ROME ROCCO FORTE HOUSE ROME VILLA IGIEA PALERMO
ROCCO FORTE PRIVATE VILLAS SICILY VERDURA RESORT SICILY HOTEL ASTORIA ST PETERSBURG
FUTURE OPENINGS: THE CARLTON MILAN PALAZZO SIRIGNANO NAPLES PALAZZO CASTELLUCIO NOTO COSTA SMERALDA SARDINIA

ROCCOFORTEHOTELS.COM

MICHAEL B. JORDAN:

NO TIME TO SLOW DOWN

Der „Sinners“-Star erzählte GQ einst, er wolle seine Zwanziger der Arbeit widmen und sein Leben dann umwälzen. Aber mit mittlerweile 38 Jahren sucht er noch immer nach neuen beruflichen Herausforderungen – und schiebt die Frist für das nächste Lebenskapitel immer weiter in die Zukunft. **FRAZIER THARPE** fuhr in Jordans Ferrari mit, um herauszufinden, wohin er es so eilig hat.

FOTOS VON **JACK BRIDGLAND** STYLING VON **MOBOLAJI DAWODU**

ICHAEL B. JORDAN hatte große Pläne, was das Setting dieses Interviews betraf – zumindest anfangs. Angeln? Oder doch Gokarts fahren? Es waren Ideen, die von einem Michael B. Jordan stammten, der überschätzt hatte, wie viel Freizeit er tatsächlich haben würde. Der Mike, der an diesem Wochenende vor mir steht, ist nicht im Freizeitmodus. Er steht unter Strom. So sehr, dass er an allen drei Interview-Tagen den gleichen Look trägt: einen schwarzen Hoodie mit einer schwarzen Jogginghose oder Jeans. Der Grund für seinen Stress ist ein Filmdreh: das zweite Projekt, bei dem er Regie führt – mehr dazu später. Die Angelruten und die Gokarts müssen warten, stattdessen treffen wir uns auf einen späten Sonntagsbrunch in einem Restaurant, das praktischerweise nicht weit von seinem Haus entfernt liegt.

Ich frage, ob er hier ein Stammgast sei. Nicht ganz. „Das ist das erste Mal, dass ich hier bin", sagt Jordan und lässt die Umgebung auf sich wirken. „Ich bestelle hier aber ständig Essen."

Es ist ein ungewöhnlich warmer Dezembernachmittag in Studio City, einem Stadtteil im Nordwesten von Los Angeles. Jordan war das ganze Jahr über sehr beschäftigt. Sowohl als Schauspieler als auch als aufstrebender Regisseur und Produzent sowie zusätzlich noch mit Projekten außerhalb der Filmbranche, denen er immer mehr Aufmerksamkeit schenkt. „Eines meiner Ziele ist es, an einen Punkt zu gelangen, an dem sich in meinem Leben nichts verändern würde, wenn ich beschließen sollte, dass ich ein Jahr lang und vielleicht auch das Jahr danach nicht mehr arbeiten möchte. Vielleicht möchte ich meine Zeit mal mit anderen Dingen verbringen."

Als außenstehende Person würde man Jordans vergangenes Jahr relativ ruhig nennen. Er hatte keine nennenswerten öffentlichen Auftritte, keine Filmpremieren, es gab keine Skandale oder Dating-Gerüchte. Er war quasi wie von der Bildfläche verschwunden. Auch in den sozialen Medien ist er eher selten zu sehen. Dazu sagt er: „Das ist so gewollt. Es passt zu meiner Persönlichkeit, ich teile ohnehin nicht gerne viel über mich mit. Außerdem habe ich herausgefunden, dass meine authentische Herangehensweise die Mystik um meine Person nur verstärkt – und so auch das Interesse daran, was ich tue."

Was also hat Jordan das ganze Jahr über getan? Zum einen arbeitete er wieder mit einem seiner liebsten Kolleg:innen, dem Autor und Regisseur Ryan Coogler, zusammen. Dabei handelt es sich um den Horrorfilm „Sinners", der noch in diesem Frühjahr herauskommen soll. Doch anstatt darüber nachzudenken, mit welchem Luxusurlaub er sich nach der Promo-Tour belohnen könnte, denkt Jordan bereits an das nächste Arbeitsjahr. So steckt er bereits inmitten der Vorproduktionen für sein kommendes Projekt, ein Remake von „Die Thomas Crown Affäre", bei dem er sowohl Regie führen als auch die Hauptrolle spielen wird. Unser Brunch fällt genau in das Zeitfenster zwischen zwei Meetings zu diesem Film. „Ich habe noch ein paar Deadlines einzuhalten, bevor das Jahr endet und sich alle in die Winterpause verabschieden", erklärt Jordan. Keine Zeit für Siegerrunden, er hat einen straffen Zeitplan einzuhalten. Nach seinem Aufsehen erregenden Regiedebüt mit „Creed III – Rocky's Legacy" steht er nun zum zweiten Mal hinter der Kamera, was die damit verbundenen Ängste jedoch nicht gemindert hat. „Beim zweiten Mal stellt man sich ganz neue Fragen, es ist vielleicht sogar noch schwieriger als beim ersten Mal. Jetzt hat man Erwartungen zu erfüllen. Jetzt geht es darum, ob man denselben Erfolg noch mal erreichen kann."

Mehr als zehn Jahre nach seinem Durchbruch könnte sich Jordan einfach zurücklehnen und zwischendurch ein oder zwei Actionfilme drehen. Stattdessen strebt er weiterhin nach Herausforderungen, möchte mehr lernen, Gelegenheiten ausschöpfen und sowohl seine Filmografie als auch sein Vermächtnis ausbauen. Er ist sich des Preises dessen bewusst: Es wird viel Zeit beanspruchen.

ALS ICH MICH MIT JORDAN am Vortag traf, war er gerade dabei, einen seiner seltenen freien Tage zu genießen. Er verbringt solche Momente in seiner modernistischen dreistöckigen Villa in Los Angeles, und das tut er auch in meiner Gesellschaft, während auf allen Fernsehern im Haus das Spiel zwischen den Hawks und den Bucks im Emirates NBA Cup läuft. Jordans Foyer und das Wohnzimmer fühlen sich einladend und vor allem bewohnt an. Alles ist sauber und aufgeräumt, allerdings nicht auf eine pedantische und kuratierte Art, wie man es von Star-Haustouren auf YouTube gewohnt ist. Auch die Weihnachtszeit lässt sich in den Räumen erkennen. Auf einem Beistelltisch steht ein großes Geschenk von Jordans Kreativdirektor Yazz, der gerade auf der Couch liegt. „Niemand schenkt mir jemals etwas", bemerkt Jordan nüchtern. Yazz entgegnet, dass seine Mitmenschen vielleicht nicht realisieren, dass es um die Geste und nicht um den Wert eines Geschenks geht. Klar, Jordan kann sich so gut wie alles, was sein Herz begehrt, selbst kaufen – doch Erinnerungen eben nicht. Über besagtes Geschenk auf dem Beistelltisch erzählt mir Yazz später: „Es ist ein japanischer Grill, der aus dem Ton eines Ortes hergestellt wurde, den Michael besonders liebt." In Anbetracht der Tatsache, dass Jordan zuvor von seiner fünften Reise nach Japan zurückgekehrt ist und er den Wunsch hat, mehr Zeit in dem Land zu verbringen, scheint es das perfekte Geschenk zu sein.

Jordan lädt mich in seine „Männerhöhle" ein, wie er seinen Keller nennt. Der Raum ist mit einem riesigen Fernseher, einer Couch, einem Billardtisch und einer Bar ausgestattet. Außerdem steht in seiner Mitte ein Whiteboard, die beschriftete Seite ist allerdings umgedreht. Sicherlich notiert Jordan dort seine Visionen für den modernen Gentleman-Dieb Thomas Crown. Eine Figur, die durch Steve McQueen und später erneut durch

←←
VORHERIGE SEITE
Jacke
Moncler + Rick Owens
Rollkragenpullover
Tom Ford
Hut
Stetson
Ohrringe und Ringe (auf allen Bildern)
David Yurman

→
GEGENÜBERLIEGENDE SEITE
Jacke
Jacquemus
Oberteil
Diomene
Hose
R13
Schuhe
Camperlab
Sonnenbrille (auf allen Bildern)
Gucci

GEGENÜBERLIEGENDE SEITE: FIDGET SPINNER, TOOLS TO SECURE SCHOOL SAFETY AND SECURITY #2 BY © MAX SIEDENTOPF.

Pierce Brosnan berühmt wurde – und der er als nächster Schauspieler erneut zu Weltruhm verhelfen wird. Jordan erinnert sich noch daran, wie er die Brosnan-Version aus dem Jahr 1999 erstmals sah: „Ich war für ein Vorsprechen in New York; ich war andauernd in der Stadt. Und dieser Film zeigte mir eine andere Seite New Yorks, von der ich zuvor nicht einmal wusste, dass sie existiert.“ Und seither hat ihn diese Faszination nicht mehr losgelassen.

Er ist mittlerweile seit fast zehn Jahren an den Arbeiten zum Thomas-Crown-Remake beteiligt. Jetzt, im Alter von 38, ist er sich sicher, es sei nun endlich der richtige Zeitpunkt für das Projekt gekommen. Davor, sagt er, „hatte ich nicht genug gelebt, nicht genug erlebt, um eine solche Figur spielen zu können. Daher ergriff ich die Chance, erst ein bisschen zu leben. Jetzt ist der perfekte Moment gekommen, um das Projekt anzugehen.“

Mit „Creed III – Rocky’s Legacy“ trat Jordan in bereits existierende Fußstapfen, immerhin handelt es sich um ein beliebtes Franchise, dessen Ton von einem Maestro gesetzt wurde. Thomas Crown hingegen zum dritten Mal auferstehen zu lassen, ist eine deutlich herausfordernde Aufgabe. Wahrscheinlich reizt Jordan genau dieser Umstand.

Ich frage ihn daher, ob er ein Adrenalin-Junkie sei. „Auf jeden Fall. Ich möchte keine Gelegenheit verpassen. Ich habe genügend harte Zeiten durchlebt. Wenn man also eine Möglichkeit bekommt, das hinter sich zu lassen, dann ergreift man diese – und macht immer weiter. Man schaut, wie weit man kommen kann.“

„Ich habe genügend harte Zeiten durchlebt. Wenn man also eine Möglichkeit bekommt, das hinter sich zu lassen, dann ergreift man diese – und macht immer weiter.“

Doch bevor Jordan endlich in die Loafer von Thomas Crown schlüpfen konnte, ergab sich bei einem Treffen mit Ryan Coogler zunächst eine unerwartete Chance. Es begann mit einer Bitte Jordans: Er wollte seinen Freund und Kollegen bei einem anderen Projekt, das er bereits länger im Auge hatte, als Regisseur dabeihaben. Ein recht gewagter Wunsch, wusste Jordan doch, dass Coogler ungern Filme dreht, deren Drehbuch er nicht selbst geschrieben hat. „Ich dachte mir, ich versuche es einfach mal. Ich wusste aber, dass ihn nicht davon überzeugen können würde, Regie zu führen“, erinnert sich Jordan lachend. „Und dann sagte er: ‚Mann, ich habe gerade etwas für dich.‘ Er lehnte mein Projekt ab und schlug mir ‚Sinners‘ vor.“

Wenn man Jordans kurzen Cameo-Auftritt in der Fortsetzung von „Black Panther“ nicht mitzählt, wird „Sinners“ sein vierter gemeinsamer Film mit Coogler sein. Ihre Karrieren weisen viele Parallelen auf, immerhin war es Cooglers Regiedebüt mit „Nächster Halt: Fruitvale Station“ aus dem Jahr 2013, das Jordan als einen würdigen Hauptdarsteller auf der Leinwand etablierte. Zuvor war er eher für seine Darbietungen in Fernsehserien wie „The Wire“ und „Friday Night Lights“ bekannt.

Als Coogler dann seinen ersten Franchise-Gig bekam, den „Rocky“-Remix „Creed“, fiel seine Wahl für die Rolle des Donnie Creed auf Jordan, der so bewies, dass er sowohl in Mainstream-Blockbustern als auch in Indie-Filmen brillieren kann. Und als Coogler dann noch „Black Panther“ zugesprochen bekam – der erste Marvel-Film mit einem Schwarzen Superhelden und ein Meilenstein der Unternehmensgeschichte –, war Jordan wieder an seiner Seite und spielte den Antagonisten Erik Killmonger.

So überrascht es nicht, dass Coogler für sein erstes Originalwerk, das also nicht auf einer bestehenden Filmreihe oder einem Franchise aufbaut, wieder Jordan mit ins Boot holen wollte. Und auch für den waghalsigen Jordan ist dieser Film eine neue Herausforderung.

„Sinners“ spielt in den USA der 1930er-Jahre, genauer gesagt: in den Südstaaten zur Zeit der dort herrschenden Jim-Crow-Gesetze, also den rassistischen juristischen Vorgaben, die BiPoC durch Rassentrennung in öffentlichen Räumen enorm diskriminierten. Hauptfiguren des Films sind die Zwillingsbrüder Smoke und Stack, die aus Chicago in ihre alte Nachbarschaft zurückkehren, um dort endlich legal Geld zu verdienen. Die Dinge nehmen eine übernatürliche Wendung, als die Bemühungen der Brüder die Aufmerksamkeit eines bösartigen Wesens auf sich ziehen, das in der Nähe lauert.

Jordan spielt beide Brüder und macht den Film mit souveränen und von Grund auf unterschiedlichen Charakterisierungen zu einem Meisterwerk. Während Smoke eine Figur ist, wie er sie oft spielt – wortkarg und zielstrebig –, stellt Stack das genaue Gegenteil dar: ein schlagfertiger, geselliger Charmeur, der sich aus jeder Situation herausreden kann. Coogler zufolge boten diese beiden Rollen Jordan vor allem ein Novum: Er spielt das erste Mal wirklich gestandene Menschen, die wissen, wer sie sind. „Das sind erwachsene Männer“, sagt der Regisseur. „Sie sind, wer sie sind. Aber auch Mike ist jetzt reifer, als er es jemals zuvor in einem Film war.“

Von allen großen Rollen, die er bisher gespielt habe, sagt Jordan, käme Stack seiner eigenen Persönlichkeit am nächsten. Coogler stimmt dem zu. Er meint, er habe zwar Elemente von Jordan in Oscar Grant, Creed und Killmonger wiederfinden können, „aber er ist ganz anders als diese Typen. Mike ist sehr witzig, sprunghaft und energiegeladen.“ Obwohl er geschickt als ein Genrefilm vermarktet wird, ist „Sinners“ auch

← Jacke
Carhartt WIP
Hemd
Brioni
Hose
White Mountaineering
Krawatte
Eton
Schuhe
Birkenstock
Socken
Falke
Uhr
Hublot
Grills (auf allen Bildern)
Alligator Jesus

Jacke
Post Archive

Rollkragenpullover
Tom Ford

Hose
Louis Vuitton

Boots
Ecco x
RAL7000Studio

eine Hommage an die Resilienz der Schwarzen Community und einer Kultur in den USA, die stets gedeiht – trotz ständiger Bedrohungen durch Mächte, die sie zerstören oder unterdrücken wollen. Ja, es ist ein lustiger und unterhaltsamer Film und, ja, oft ziemlich brutal, aber auch unerwartet ergreifend.

Das Timing des Films mutet indessen fast schon ironisch an. Während Marvel seit Jahren versucht, die „Blade"-Reihe wiederzubeleben, und dabei auf immer neue Hürden stößt, veröffentlichen die beiden Marvel-Kolleg:innen ihren eigenen Horror-Action-Streifen. Doch Jordan empfindet viel Empathie für die Schwierigkeiten des Studios, plant er immerhin gerade selbst ein Reboot eines 90er-Jahre-Klassikers. „Es ist immer schwierig, ein neues Franchise zu starten", sagt er. „Ich hoffe, es klappt alles. Ich will einen neuen ‚Blade'-Film sehen." Was die Krise angeht, in der sich Marvel derzeit befindet, gibt sich Jordan diplomatisch. „Marvel ist großartig. Sie kriegen das schon wieder hin."

Nachdem er mit „Creed III – Rocky's Legacy" sein Regiedebüt vorgelegt und damit ein neues Feld der Expertise für sich entdeckt hatte, bemerkte er die Vorteile seiner neuen Fähigkeiten auch beim Schauspielern. Am Set von „Sinners" ging er dieselbe Checkliste im Kopf durch, die er sich beim Regieführen angeeignet hatte, und konnte so die Dreharbeiten für alle Beteiligten erleichtern. Er sah Probleme, bevor sie eintraten, und wusste stets, wie er sich zu verhalten hatte – ohne dass man es ihm sagen musste. Höchstwahrscheinlich steht Coogler auf einer sehr kurzen Liste von Filmemacher:innen, für die Michael B. Jordan bereit ist, auf das Regieführen zu verzichten. Über potenzielle andere Namen auf der Liste meint Jordan: „Scheiße, Mann, ich würde gerne mit Christopher Nolan arbeiten. Die Safdie-Brüder sind großartig. Auch mit Jeremy Saulnier würde ich was starten."

„Es ist für mich viel einfacher geworden, Nein zu Sachen zu sagen", gibt Jordan zu. „Wenn es mir nur um das Geld gehen würde, sähe mein Lebenslauf ganz anders aus. Da stünden sechs Projekte mehr drin. Produzent:innen sehen dich in etwas und sagen: ‚Oh ja, du wärst großartig für das hier, wegen dem hier.' Ich soll also dieselbe Sache noch einmal machen? Das ist einfach oft langweilig." Er kann es zudem kaum erwarten, sich von Sequels und Remakes zu lösen. Jordan erzählt, er habe nach seiner „Thomas Crown"-Adaption geplant, „als Nächstes etwas Originelles zu drehen. Ich glaube, das muss ich sogar."

Vor allem aber freut er sich auf eine Zukunft, in der er Regie führen kann, ohne die Hauptrolle im Film spielen zu müssen. „Die Aufgabe, zeitgleich zu spielen und Regie zu führen, war nicht so entmutigend, wie ich erwartet hatte", sagt er achselzuckend, während er beim Pool-Billard mühelos drei Kugeln versenkt. „Ehrlich gesagt ist das Anstrengendste die Zeitintensität – die Vorbereitung am Anfang."

Zeit – sie scheint der Knackpunkt in Michael B. Jordans Leben zu sein. Während er bei all seinen Filmprojekten und den anderen Unternehmungen, wie seiner Getränkemarke Moss, vollends eingespannt ist, versucht er natürlich, Raum für seine Familie zu schaffen. Während wir in seiner „Männerhöhle" Billard spielen, findet um die Ecke der fünfte Geburtstag seines Neffen statt – 15 Minuten mit dem Auto entfernt, um genau zu sein. Man sieht in Jordans Augen förmlich die Stoppuhr, die in ihm tickt.

Doch was genau motiviert ihn dazu, immer noch so viele Projekte und damit Stress in Kauf zu nehmen? Seine Karriere ist gefestigt, er muss sich nicht mehr beweisen.

„Man verbringt besonders am Anfang so viel Zeit damit, einen bestimmten Punkt zu erreichen, um erfolgreich zu sein. Dabei wird einem oft ‚Nein' gesagt. Und wenn man sich dann in einer Position befindet, in der man mehr Freiheiten und Handlungsfähigkeit hat und seinen Willen durchsetzen kann … Ich habe mehr Zeit damit verbracht, zu kämpfen und zu versuchen, etwas aufzubauen, als ich bisher meine kreative Freiheit genießen konnte. Ich bin nicht zufrieden. Ich werde weiterwachsen."

Ein Teil dieser Bissigkeit lässt sich sicherlich darauf zurückführen, wie fragil ein gutes Ansehen in der Branche sein kann. Das eigene Schicksal kann sich buchstäblich über Nacht wenden – und das nicht nur zum Positiven. Während der umfangreichen Promo-Tour für den dritten Teil der „Creed"-Reihe sprach Jordan oft über die enge Bindung, die er zu seinem Co-Star Jonathan Majors hatte. Für den standen die Sterne damals noch gut, er wurde von vielen als der nächste große Hollywood-Star gehandelt und war bereits für zwei weitere Marvel-Filme eingeplant. Doch dann änderte sich schlagartig alles, als Majors sich nach einem Zwischenfall mit seiner damaligen Freundin wegen Körperverletzung und häuslicher Gewalt vor Gericht verantworten musste. Er wurde in zwei von vier Anklagepunkten für schuldig befunden, die Reaktion der Branche folgte prompt. Marvel und andere große Studios entließen Majors aus allen Verträgen und Verhandlungen, er wurde vom aufstrebenden Hauptdarsteller zum Ausgestoßenen.

Jordan hat sich weitgehend aus dem Fall Majors herausgehalten. Heute, auf dem Rand des Billardtisches

„Beim zweiten Mal stellt man sich ganz neue Fragen, es ist vielleicht sogar noch schwieriger als beim erste Mal. Jetzt hat man Erwartungen zu erfüllen. Jetzt geht es darum, ob man denselben Erfolg noch mal erreichen kann."

→
Jacke und Oberteil
Maison Margiela
Hose
Emporio Armani
Uhr
Vanguart
Halskette und Armband
(auf allen Bildern)
David Yurman

VORHERIGE SEITEN: SPRÜHDOSE, TOOLS TO SECURE SCHOOL SAFETY AND SECURITY #15 BY © MAX SIEDENTOPF.

sitzend, erinnert er sich daran, was für eine „schwierige Situation“ es war, die Sache zu beobachten. „Aber es geht ihm super, er hat sich gerade verlobt. Ich bin stolz auf seine Widerstandsfähigkeit und seine Stärke und wie er damit umgegangen ist. Ich bin froh darüber, dass es ihm gut geht. Das ist mein Junge.“

Würden Sie wieder mit ihm arbeiten wollen?

„Ja. Ja!“

Doch das Bemühen, konstant fokussiert und erfolgreich zu bleiben, fordert seinen Tribut, selbst wenn man schwierigen Angelegenheiten aus dem Weg geht. „Es gibt eine Menge, worauf ich verzichte“, sagt er. „Alles ist mit Kosten verbunden, und diese spürt man mit zunehmendem Alter stärker.“

In einem älteren Interview mit GQ sagte Jordan, er wolle seine gesamten Zwanziger der Arbeit opfern, um danach „ein wenig zu leben“. Diese Altersgrenze hat er längst überschritten, und seine Prioritäten scheinen durchaus klar gesetzt zu sein. Dennoch stellt auch er sich eine Frage, von der wir alle manchmal geplagt werden: „Was wäre, wenn … ?“ Bei unserem Treffen liegt sein 38. Geburtstag nur zwei Monate in der Zukunft. „Mein Vater hatte in diesem Alter bereits zwei Kinder – wissen Sie, was ich meine?“ Doch wenn er eine Familie gegründet hätte, dann wären seine Ziele sicher bescheidener und seine Karriere womöglich nicht so weit fortgeschritten, wie sie es heute ist. Denn das Gründen einer Familie bedarf viel Zeit.

„Und das ist genau die Perspektive, innerhalb derer ich den Zeitrahmen für das Erreichen meiner Ziele immer weiter nach hinten schiebe. Ich weiß, dass ich der beste Vater sein möchte. Aber im Moment konzentriere ich mich noch darauf, in diesem Kapitel meines Lebens mein Bestes zu geben.“

Sein Liebesleben ist das Thema, zu dem er am wenigsten Lust hat, sich zu äußern. Er sagt, seine längste Beziehung – er nennt keine Namen – habe nur etwas mehr als ein Jahr gehalten. Der Tonfall seiner Stimme lässt vermuten, dass er von dem Ende dieser Beziehung nicht überrascht war. „Ich zerbreche mir darüber nicht den Kopf“, sagt Jordan achselzuckend. „Ich habe mich dermaßen auf die Arbeit konzentriert. Ich würde mir jemanden wünschen, der in den Lauf meines Lebens passt – wie auch immer der gerade sein mag. Und dabei geht es um das richtige Timing, richtig? Man kann die richtige Person zur falschen Zeit treffen, und dann klappt es einfach nicht.“

Doch das sind alles Gedanken, die für einen freien Samstagnachmittag viel zu trübselig sind. Daher frage ich Jordan, was er an einem solchen Tag machen würde, wenn ich nicht da wäre und wenn kein Kindergeburtstag um die Ecke auf ihn warten würde. „Kommen Sie, los geht’s“, sagt er. „Ich zeig’s Ihnen.“

Fünf Minuten später rasen wir in seinem grünen Ferrari 812 GTS, dem jüngsten Stück in seiner Sammlung, über die Straßen von Los Angeles. Nächtliche Fahrten auf der Autobahn und auf den langen, kurvenreichen Straßen seines Viertels sind seine liebsten Momente der Entspannung, meint Jordan. Während wir uns durch die Kurven schlängeln und Oldtimer-Songs wie „Return of the Mack“ hören, erklärt Jordan, er spiele mit dem Gedanken, umzuziehen. Er überlege, sein Haus zu verkaufen – es sei ihm zu groß. Er möchte die Vorteile seines Junggesellen-Status nutzen, statt sich als sein Opfer zu betrachten. Immerhin ist man als Single stets flexibel. „Ich denke, dass ich in der nächsten Zeit mehr reisen werde“, sagt er. „Als Freizeitaktivität. Mein Workaholic-Dasein hat einen Punkt erreicht, an dem ich das Bedürfnis habe, einfach mal ein bisschen abzuhauen und keinen mentalen Druck mehr zu haben.“

Wir fahren noch ein wenig durch die Gegend, während Jordan von all den „normalen“ Dingen erzählt, die er macht. Er geht zum Beispiel gern auf den Wochenmarkt. „Für Lebensmittel, *N*gga*“, sagt er kichernd, nachdem ich statt „Wochenmarkt“ „Flohmarkt“ verstanden habe. Schlussendlich landen wir wieder vor seinem Haus, wo Jordan mich erneut hereinbittet – und das, obwohl wir die abgemachte Zeitspanne bereits überschritten haben. Ich lehne dankend ab. Er muss immerhin noch auf eine Geburtstagsparty.

WÄHREND ER AM SONNTAG IM RESTAURANT ganz cool auf seinen Sitz gleitet, gibt Jordan zu, dass er kein Morgenmensch ist. „Aber ich muss es eigentlich sein. Ich bin eine Nachteule, ich bin die ganze Nacht wach, verstehen Sie? Es fällt mir schwer, nachts einzuschlafen, denn es ist schwer, das Gehirn abzuschalten. Das führt normalerweise dazu, dass ich ausschlafen möchte, aber dann muss ich für die Arbeit immer wieder früh aufstehen.“

Daran wird sich so schnell wohl nichts ändern. Der Release von „Sinners“ im Frühjahr bedeutet, dass Jordan direkt vom roten Teppich zum Set von „Thomas Crown“ (MBJs Version) in London jetten wird. Die Arbeit, die er jetzt leistet, sorgt dafür, dass er in Zukunft noch viele weitere Filme wird drehen können.

„Ich sehe es so wie beim Kochen“, sagt Jordan über den Prozess der Vorproduktion. „Man geht in den Supermarkt und besorgt alle Zutaten. Ich bin gerade in der Einkaufsphase und überlege mir dabei, welches Gericht ich zubereiten möchte. Danach geht man zurück nach Hause und fragt sich: ‚Okay, wie mache ich das jetzt?‘“. Er lehnt sich wie benommen zurück, sammelt seine Gedanken und konzentriert sich wieder darauf, was er zu sagen versucht. „Ich lebe davon, aber es gibt Momente, in denen man denkt: ‚Wow. Okay, lass mich nur … Wohin gehe ich? Was mache ich? Mit wem spreche ich? Okay, cool.‘“

Um sich inspirieren zu lassen, schaut Jordan nicht nur auf andere, ältere Schauspieler. Er spricht zwar auch gerne von den Filmografien von Will Smith und Leonardo DiCaprio; aus den Karrieren beider hat er einige Erkenntnisse gezogen: Wie man sich neu erfinden kann; wie man das meiste aus einem Moment des Ruhms holen kann; wie man nur dann arbeiten kann, wenn man es auch wirklich will. Ebenso verweist er aber auf Weisheiten, die er von „D“ mitgeteilt bekommen hat. („Um das einmal klarzustellen“, sagt er in mein Aufnahmegerät und korrigiert sich: „*Mr. Washington*.“) Wenn er von Vorbildern spricht, nennt er aber ebenso LeBron James und Jay-Z. Dabei bezieht er sich vor allem auf die Art und Weise, wie sie ihre eigenen Unternehmen zu Full-Service-Unterhaltungsimperien aufgebaut und mit Mitgliedern ihrer Crews besetzt haben, die vom ersten Tag an dabei waren.

Über seine bestehende Marke Moss hinaus möchte Jordan sein Unternehmens-Portfolio ausbauen und irgendwann seinen eigenen Rum lancieren. Eines Tages möchte er dann noch seine Liebe zum Kochen verewigen, und das soll mit einem eigenen Restaurant geschehen. Danach will er sich mit einem Hotelprojekt ganz dem Gastgewerbe hingeben. Alles Teil seines lockeren Fünf- oder Zehnjahresplans, der sein Leben außerhalb des Films festigen soll.

„Ich möchte meine Nichte und meinen Neffen mit in den Urlaub nehmen und für alle anderen nicht mehr diese andere, öffentliche Person sein müssen. Wenn sie älter werden, werden sie es verstehen, aber im Moment verstehen sie es noch nicht. Und ich will etwas Zeit mit meinen Eltern verbringen – verstehen Sie, was ich meine?“

Wie lange wollen Sie noch versuchen, alles gleichzeitig zu meistern?

„Bis ich es nicht mehr tun muss.“

Wann ist das?

„Das weiß nur Gott, Mann“, sagt Jordan. „Ich bin mir nicht sicher … Ich hoffe, dass es eines Tages klick macht und ich realisiere: ‚Du musst nicht in demselben Tempo arbeiten, in dem du deine ganze Karriere lang gearbeitet hast.‘ Ich denke, es ist jetzt bald so weit. Das habe ich schon vor zehn Jahren gesagt. Aber ich glaube wirklich, wirklich, wirklich, dass es bald so weit ist. Vielleicht an meinem 40. Geburtstag? 40? 40!“

→
Mantel
Gucci
Tanktop
Calvin Klein
Hose
Balenciaga
Schuhe
Christian Louboutin
Handschuhe
(privat vom Stylisten)

FRAZIER THARPE *ist Senior Associate Editor bei* GQ. *Adaptiert von* DANIEL BILINSKI.

NOVAK DJOKOVIC hat Tennis einmal durchgespielt — doch er hat noch einiges vor

Mit der olympischen Goldmedaille gewann Novak Djokovic im vergangenen Sommer den einen großen Titel, der ihm noch fehlte. Jetzt überlegt der 24-fache Grand-Slam-Champion, wofür er seine unermüdlichen Energiereserven als Nächstes verwenden soll. Wellness, Politik, Geschichte: Seine Optionen sind vielfältig.

VON DANIEL RILEY FOTOS VON GREGORY HARRIS STYLING VON TOBIAS FRERICKS

←←
VORHERIGE SEITE
Hemd
Lacoste

Tanktop
Amiri

Jeans
Officine Générale

Halskette
David Yurman

Uhr (auf allen Bildern)
Hublot

←
DIESE SEITE
Rollkragenpullover
Wales Bonner

Shorts
Loro Piana

AN DIESEM HERRLICHEN MORGEN in Montenegro trägt Novak Djokovic ein weißes T-Shirt von Lacoste, blaue Shorts und eine blau getönte Brille von Moscot, während die Sonnenstrahlen das Wasser der Bucht von Kotor funkeln lassen. Mit seinen 37 Jahren ist der Tennisprofi heute entspannter als je zuvor. Gewonnen hat er bereits mehr als genug, die Angst vor dem Verlieren plagt ihn nun nicht mehr. Sein stets imposantes Selbstbewusstsein hat ganz neue Sphären erreicht. Djokovic scheint Frieden mit der Aussicht auf das unvermeidbare Ende der Karriere geschlossen zu haben, doch bis dahin hat er noch mindestens eine Saison vor sich.

Er kommt mit einer Tasche aus Wimbledon an den Tisch: Das Hauptmaterial ist Leinen, hinzu kommen Akzente aus Leder. Sie ist in den ikonischen Farben des Stadions, Grün und Lila, gehalten. „Ich liebe sie", sagt die Tennislegende. „Die wissen, was sie tun."

Djokovic unterhält sich zu Beginn mehrere Minuten lang auf Serbisch mit unserem Kellner. Er lässt sich detailliert die Zutaten jeder Speise der Frühstückskarte auflisten. Dieses Prozedere ist nicht neu, ich kenne es bereits von einem Treffen mit ihm vor den US Open in New York. Die Akribie ist keineswegs gestellt, Ernährung ist im Profisport ein durchaus wichtiges Thema. „Wenn es ums Essen geht, bin ich fast schon religiös. Ich mag es, wenn Speisen gesund und frisch zubereitet werden. Ich mag es nicht – wie sagt man es noch mal? –, experimentierfreudig zu sein. Erst recht nicht während eines Turniers." Außerhalb des Wettkampfmodus sei Eiscreme seine liebste Sünde. Eiscreme und Wein.

Obwohl er offiziell Bewohner Monacos ist und zusätzlich Häuser rund um den Globus besitzt, hat Djokovic in den vergangenen Jahren die meiste Zeit in seinem Heimatland Serbien und hier in Montenegro verbracht, wo er während seiner Kindheit häufig Urlaub machte. Er scheint sich heute besonders wohlzufühlen, obwohl etwas Düsteres in der Luft hängt. In der Nähe unseres Tisches liegt ein bewusstloser Vogel, der Djokovic bereits aufgefallen ist. Der perfekte wolkenlose Himmel, den die meisten Menschen lieben, kann für Vögel fatal sein. Denn bei diesen Wetterbedingungen wirken Glaswände durch Lichtspiegelungen transparent, was schnell für Kollisionen sorgt. Djokovic und seine beiden Kinder nehmen sich der Aufgabe an und kümmern sich um das Tier. Sie legen den Vogel in eine Kiste und versuchen, ihn mit Zuckerwasser zu stärken.

Auch Djokovic selbst befindet sich derzeit in einer Phase der Regeneration. Trotz einer hartnäckigen Knieverletzung und der ersten Saison, die er seit 2005 ohne einen ATP-Titel abschloss, besteht er vehement darauf, weiterzumachen. Er ist noch immer *da* – zwar verletzt wie der Vogel, aber bei Weitem noch nicht tot. Eher scheint das genaue Gegenteil der Fall zu sein: Mit geradem Rücken und dem anhaltenden Stolz des Sieges bei den Olympischen Spielen im vergangenen Jahr wirkt er größer denn je. Das olympische Gold, das er beim fünften Anlauf innerhalb von 16 Jahren schließlich gewann, war das i-Tüpfelchen seiner Karriere: die eine Trophäe, die noch fehlte. Seine Karriere war enorm erfolgreich, er gewann zehnmal die Australian Open, dreimal die French Open, viermal die US Open und ganze sieben Mal in Wimbledon. Insgesamt sind es also 24 Grand-Slam-Titel. Ein Rekord für den Sport, den niemand je zuvor erreicht hatte. Auch wenn die Goldmedaille aus Paris den Grand-Slam-Turnieren im Ansehen eher untergeordnet ist, hat sie für Djokovic doch eine einzigartige Bedeutung: Es ist eine weitere Verewigung in den Annalen der Sportwelt und ein grandioser Triumph für sein Heimatland. Sooft man schon von Djokovic-Siegen gehört hat, sind sie für Serbien insgesamt doch eher eine Seltenheit.

Ich frage ihn, ob er die Tenniswelt in ihrer Gänze durchgespielt habe. Um es in Gamer-Worten zu sagen: Hat er den Endboss besiegt?

Er versteht genau, was ich meine, und lacht. Dennoch nimmt er sich eine kleine Denkpause, bevor er antwortet. „Ja und nein", sagt er und erzählt von all den Dingen, die er als Koryphäe in diesem Sport noch zu erreichen hofft – von verbesserten Spieler:innenrechten bis hin zu seinen eigenen unternehmerischen Vorhaben. Er fasst es wie folgt zusammen: „Ja, ich meine, wenn man es nur aus der Perspektive der Errungenschaften und des Spieles selbst betrachtet, dann ja. Ich meine, ich denke schon …" Dann lacht er herzlich und nicht zu kurz.

In Anbetracht des finalen Erfolgs auf dem Platz sagt er, habe er schon gespürt, wie viele bereits damit begonnen hätten, Nachrufe auf ihn zu schreiben. Die Medien, aber auch die Fans. „Und ich weiß nicht, ob es ihnen gefällt, wenn ich das jetzt sage", sagt Djokovic. „Aber ich werde es trotzdem sagen: Es beginnt alles mit meinem Vater. Er versucht schon seit einiger Zeit, mich vom Ruhestand zu überzeugen." Ich lache. „Nein, wirklich! Er war dabei nie aufdringlich. Er respektiert meine Entscheidung, weiterzumachen. Und natürlich versteht er, warum ich weitermachen will. Aber dennoch fragt er mich: ‚Was willst du sonst noch so machen?'"

„Er versteht das Ausmaß und die Intensität des Drucks und der Anspannung, die da draußen herrschen. Und auch den Stress, der sich auf meine Gesundheit und meinen Körper auswirkt und somit auch auf alle anderen in meiner Umgebung, einschließlich ihm selbst. Deshalb hat er mir gesagt: ‚Mein Sohn, fang an, darüber nachzudenken, wie du all das beenden willst.'"

Djokovic beschreibt den inneren Kampf, den er austrägt, wenn er seine Familie für ein Turnier verlassen muss. Es fällt ihm stets schwer zu packen. Auch die ersten paar Nächte allein im Hotel sind eine Herausforderung. „Innerhalb der ersten 48 Stunden spüre ich die Traurigkeit der Trennung und die Sehnsucht, wieder bei meinen Kindern und meiner Frau zu sein, am stärksten." Er legt Wert darauf, bei allen wichtigen Anlässen dabei zu sein. Die einzige Ausnahme war die Geburt seiner Tochter, die das Pech hatte, in der zweiten Woche der US Open auf die Welt zu kommen. Sein zehnjähriger Sohn Stefan kommt später in einem Celtics-Trikot zu uns an den Tisch, um die wichtigste Neuigkeit des Tages zu erzählen: Der Vogel lebt! Der Junge erzählt auf Serbisch und Englisch, dass er sich allerdings beim heroischen Akt, den Vogel vor einer Katze zu beschützen, verletzt hat. „Oh, Stefan, Stefan, Stefan", sagt Djokovic und umarmt seinen Sohn fest.

„Aber", fährt Djokovic fort und kommt auf die ursprüngliche Frage zurück, „ich denke durchaus darüber nach, wie und wann ich es eines Tages beenden möchte. Nein, ich nehme das zurück. Ich denke mehr über das *Wie* nach als über das *Wann*. Über das Wann denke ich derzeit kaum nach. Aber das Wie – wie möchte ich es enden lassen? Ich denke, wenn ich bemerken sollte, dass ich öfter verliere und ich einen größeren körperlichen Unterschied zu früher und eine deutlich stärkere Herausforderung bei den Grand Slams verspüre, dann werde ich aufhören. Aber im Moment geht es mir noch gut, ich mache weiter."

Er fügt noch eine Botschaft hinzu, die seine Fans sicherlich nicht gern hören werden: „Damit ich weitermachen kann, muss ich die Anzahl der Turniere, die ich spiele, reduzieren und mich nur auf einige wenige konzentrieren." Wir beginnen, einen theoretischen Zeitplan für sein Jahr 2025 zu entwerfen. „Ich glaube nicht, dass ich *nur* vier Grand Slams und den Davis Cup spielen werde. Ich schätze, ich werde zumindest ein oder zwei Vorbereitungsturniere vor den Slams spielen. Vor allem auf Sand." Was allerdings das komplizierte globale Geflecht aus ATP-Masters-1000-Turnieren, ATP 500, ATP 250 und die restriktiven Auflagen für Spitzenspieler:innen angeht, an einer bestimmten Anzahl dieser Turniere teilnehmen zu müssen, so gibt sich Djokovic entspannt. All das ist für ihn in dieser Saison und in der Endphase seiner Karriere nicht mehr von Belang. Er wird die Punktabzüge, die Top-Spieler:innen für die Abwesenheit bei den ATP-1000-Turnieren erhalten, in Kauf nehmen. Als Ergebnis dessen wird er unweigerlich in der Rangliste abrutschen, doch das stört ihn nicht weiter. Es wird bloß schade für den unglücklichen aufstrebenden Star sein, der in Zukunft dank des undurchsichtigen

Ranking-Systems in der ersten Runde eines Turniers gegen einen lächerlich weit unten gesetzten Djokovic antreten wird.

Trotzdem muss ich eines anmerken: In dem Biopic, das sicherlich eines Tages über sein Leben gefilmt wird, würde das Drehbuch bei der Goldmedaille enden. Ein Nationalheld, der im olympischen Dorf mit einer Meute seiner Landsleute feiert. Warum also weitermachen?

„Sowohl öffentlich als auch privat haben mir viele Menschen gesagt, dass sie es für das Beste halten, wenn man sich auf dem Zenit verabschiedet. Ich verstehe das, wirklich. Aber wenn ich körperlich immer noch fit bin und das Gefühl habe, dass ich die besten Spieler:innen der Welt bei Grand Slams weiterhin schlagen kann – warum sollte ich dann aufhören wollen?“

ALS WIR IM VERGANGENEN HERBST sprachen, schien es wahrscheinlich, dass Djokovic bei den Australian Open im Januar die beste Chance haben würde, seinen 25. Grand-Slam-Titel zu gewinnen. Djokovic, der sich in seiner gesamten Karriere nirgends so wohlgefühlt hat wie auf dem hellblauen Hartplatz von Melbourne, würde nicht nur als der größte männliche Champion des Turniers zurückkehren, sondern auch mit der absolut einzigartigen Vergangenheit. Auch wenn Sie Tennis nicht leidenschaftlich verfolgen sollten, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Sie von der Impfkontroverse der Australian Open 2022 gehört haben.

Im Januar 2022 landete Djokovic in Melbourne, um an dem Turnier teilzunehmen – zu einer Zeit, als in Australien eine strenge Impfpflicht für alle Bürger:innen und Besuchende herrschte. Am 6. Januar wurde der Tennisspieler kurz nach Mitternacht am Flughafen von einem Beamten der australischen Grenzpolizei befragt. Djokovic teilte dem Beamten mit, dass er zwar nicht geimpft sei, dafür aber kürzlich Covid gehabt habe. Zusätzlich habe er eine medizinische Ausnahmegenehmigung erhalten, ausgestellt von einem unabhängigen Gremium, das vom Gesundheitsministerium des Bundesstaates Victoria ernannt worden war.

„Aber wenn ich körperlich immer noch fit bin und das Gefühl habe, dass ich die besten Spieler:innen der Welt bei Grand Slams weiterhin schlagen kann – warum sollte ich dann aufhören wollen?“

Von da an wurde es schnell kompliziert. Der Beamte und Djokovic führten eine stundenlange Diskussion. Der Spieler wurde gebeten, die Person anzurufen, die ihm die Genehmigung erteilt hatte. Es war allerdings mitten in der Nacht und folglich niemand zu erreichen. Daher wurde er in ein Hotel gebracht, das als Haftanstalt diente, um dort auf sein Berufungsverfahren zu warten. Die Geschichte, die sich zu einem Zeitpunkt ereignete, als Covid ein sehr sensibles Thema war, ging um die ganze Welt. Überall machte sie Schlagzeilen. Die Kritik an Djokovic, der sich nach Meinung vieler über das Gesetz stellte oder versuchte, die Anforderungen der Veranstaltung und des Landes zu umgehen, war immens.

Wie denken Sie jetzt, drei Jahre später, über diesen Moment – und hat er sich weiterentwickelt?

Er erzählt zunächst von der Zeit in dem Hafthotel: „Ich hatte einen Zettel, auf dem etwa 100 Artikel gelistet waren: Zahnbürste, Zahnpasta, Wasser, Essen, was auch immer. Ich musste Dinge auswählen, die Kästchen ankreuzen, und jeder dieser Gegenstände kostete eine gewisse Anzahl von Punkten. Mir standen insgesamt 60 Punkte zur Verfügung. Also habe ich etwa 59 oder genau 60 Punkte verwendet und den Zettel abgegeben. Zwanzig Minuten später kam ich wieder, und sie meinten zu mir, sie hätten einen Fehler gemacht. Ich hätte keine 60, sondern nur 30 Punkte zur Verfügung. Da habe ich mir nur gedacht, dass das alles doch echt nicht wahr sein kann.“

Trotz der Umstände war er entschlossen, sich weiter auf die Spiele vorzubereiten. Sein Gepäck durfte er nicht mitnehmen, daher musste er sich auf einfache Übungen beschränken – Liegestütze, Sit-ups, Laufen auf der Stelle. Das einzig verfügbare Essen für den doch eher pingeligen Djokovic wurde von der Einrichtung bereitgestellt. „Viele der Athlet:innen, die im Vorfeld 40 Tage lang in Quarantäne waren, befanden sich ebenfalls dort in den Zimmern“, erzählt er.

„Der Unterschied war, dass sie offensichtlich nicht in einer Art Gefängniszimmer saßen und ich schon.“

Sein Flugzeug war in der Nacht von Mittwoch auf Donnerstag gelandet, Djokovic blieb das gesamte Wochenende über im Hotel. Am Montag folgte dann ein Gerichtsverfahren, das zunächst über seinen Aufenthaltsstatus entschied. Sie setzten sein Visum wieder in Kraft. „Und als ich den Prozess gewann, war ich frei“, erzählt er. „Sofern man das, was folgte, als *Freiheit* bezeichnen kann. Ich war in einem gemieteten Haus untergebracht und wurde auf Schritt und Tritt von der Polizei begleitet, und über dem Centre Court, wo ich trainierte, schwebte ein Hubschrauber. Ich durfte die Hauptumkleidekabine nicht betreten. Also mussten sie eine andere Umkleidekabine finden, in der ich mich umziehen, duschen und durch die ich das Gelände verlassen konnte. Ich war dort also so etwas wie ein Flüchtiger.“

Einige Tage später – kurz vor Beginn des Turniers – wurde sein Visum erneut annulliert, und Djokovic wurde schließlich abgeschoben, weil er eine „öffentliche Bedrohung“ darstellte. Weil er „ein ‚Held‘“ für die wachsende Impfgegner:innen-Community in Australien war, sagt er.

„Das ist der *tatsächliche* Grund, weshalb ich abgeschoben wurde. Das ist es, was die drei Bundesrichter am Ende sagten. Ihr Urteil lautete, dass sie nicht die Befugnis hätten, das Ermessensrecht des verantwortlichen Ministers infrage zu stellen. Es war so politisch. Es hatte nicht wirklich etwas mit Impfstoffen oder Covid oder sonst etwas zu tun. Es war einfach nur politisch. Die Politiker:innen konnten es nicht ertragen, dass ich dort war. Für sie sorgte es für weniger Probleme, glaube ich, mich abzuschieben, als mich dort zu behalten.“

Er sagt, er habe nie gewollt, dass die Öffentlichkeit erfährt, ob er geimpft ist oder nicht. Ebenso wollte er sich nie ins Land schleichen oder Vorschriften missachten. Das sei das größte Missverständnis in der ganzen Angelegenheit. Er habe sich anonym auf die Ausnahmegenehmigung beworben und diese auch anonym erhalten. Es war keine Sonderbehandlung für einen Star. Es war eine simple Ausnahmegenehmigung, da er kurz zuvor Covid hatte und

Hemd
Marni

Tanktop
Lacoste

Shorts
Loro Piana

Weste
Lemaire
Oberteil
Tom Ford
Hose
Dior Men

Jacke
Rhude

Hemd und Hose
J. Crew

Sneaker
und Socken
Lacoste

so Antikörper besaß. Zu späterem Zeitpunkt im selben Jahr konnte Djokovic auch nicht an den US Open teilnehmen, da die Bestimmungen Nicht-US-Bürger:innen die Einreise ohne vollständige Impfung untersagten. „Aufgrund der ganzen Sache in Australien wurde ich zum Schurken Nummer eins der Welt erklärt", sagt er. „Und sogar heute wissen 99 Prozent der Menschen immer noch nicht, weshalb ich aus Australien ausgewiesen wurde. Auf welcher Grundlage. Die Leute denken, ich wäre abgeschoben worden, weil ich mich nicht impfen lassen wollte. Dass ich ungeimpft war und versucht habe, meinen Aufenthalt in Australien zu erzwingen, was absolut nicht stimmt."

„Meine Haltung ist heute noch genau dieselbe wie vor ein paar Jahren", sagt er. „Ich bin nicht für die Impfung. Ich bin auch nicht gegen die Impfung. Ich bin für die Entscheidungsfreiheit, wählen zu können, was für einen selbst und den eigenen Körper richtig ist. Wenn mir also jemand das Recht nimmt, zu entscheiden, was ich in meinen Körper lasse, halte ich das nicht für richtig."

Nachdem er aus Australien ausgewiesen worden war, flog Djokovic mit einem Privatflugzeug nach Spanien, wo sich seine Familie aufhielt. Auf dem Weg dorthin, sagt er, wurde sein Flug nach Serbien umgeleitet. „Warum? Weil sie von Anwälten die Information hatten, dass mir bei einer Landung in Spanien wahrscheinlich dasselbe wie in Australien widerfahren würde", sagt der Tennisspieler. Und so trafen sich Djokovic und seine Familie stattdessen in Serbien.

Als er nach Hause kam, ging es ihm dann schlecht, sagt er. „Ich hatte gesundheitliche Probleme. Und mir wurde klar, dass ich in diesem Hotel in Melbourne Essen bekommen hatte, das mich vergiftet hat."

Eine Sekunde, was meinen Sie?

„Nun", führt er aus, „ich hatte einiges entdeckt, als ich zurück nach Serbien kam. Ich habe das nie öffentlich erzählt, aber die Entdeckungen, die ich machte, waren, dass ich ein wirklich hohes Niveau an Schwermetallen hatte. Schwermetalle. Ich hatte einen sehr hohen Blei- und Quecksilberwert."

Sie meinen also, das kam vom Essen?

Er zuckt mit den Schultern und zieht die Augenbrauen hoch. „Das ist die einzige Möglichkeit."

(Ein Sprecher des australischen Innenministeriums erklärte auf Anfrage: „Aus Gründen des Datenschutzes kann sich das Ministerium nicht zu einzelnen Fällen äußern.")

Sie haben sich also sehr krank gefühlt, als Sie nach Europa zurückkehrten?

„Ja, sehr krank. Es war wie eine Grippe, eine einfache Grippe. Aber sie hielt tagelang an und hat mich sehr in Mitleidenschaft gezogen", sagt er und erzählt, er habe sich dann zu Hause von einem Notarztteam behandeln lassen. „Ich hatte das mehrmals, und dann musste ich einen toxikologischen Test machen."

Gehe ich richtig in der Annahme, dass Sie nach all dem nie geimpft wurden?

„Nein, nein", sagt er. „Weil ich nicht das Gefühl habe, dass ich eine Impfung brauchte. Ich glaube einfach wirklich nicht, dass ich eine brauchte. Ich bin ein gesunder Mensch, ich kümmere mich um meinen Körper, um meine gesundheitlichen Bedürfnisse, und ich bin Profisportler. Und weil ich Profisportler bin, achte ich extrem darauf, was ich zu mir nehme, und mache regelmäßig Tests, Bluttests, alle Arten von Tests. Ich weiß genau, was los ist. Ich hatte also nicht das Bedürfnis, das zu tun. Außerdem ist es wichtig zu wissen, dass ich für niemanden eine Gefahr darstellte. Denn das war ich nicht! Ich hatte Antikörper."

In Anbetracht all dessen: Wenn Sie in diesem Jahr nach Australien zurückkehren, ist für Sie all das dann Schnee von gestern?

„Nun, für meine Frau, meine Eltern und meine Familie ist es das nicht", sagt er. „Für mich schon. Für mich ist es in Ordnung. Ich habe nie einen Groll gegen die Australier:innen gehegt. Im Gegenteil, viele Australier:innen, die ich in den vergangenen Jahren dort oder anderswo auf der Welt getroffen habe, kamen auf mich zu und entschuldigten sich bei mir für die Behandlung, die ich erfahren habe, weil sie sich für ihre damalige Regierung schämen. Und ich glaube, die Haltung der Regierung hat sich geändert, und mir wurde mein Visum wiedergegeben, wofür ich sehr dankbar bin. Es gibt einen neuen Premierminister und neue Minister:innen, neue Leute, also hege ich keinen Groll deswegen. Ich liebe es, dort zu sein, und ich denke, meine Ergebnisse sind ein Beweis dafür, wie gerne ich Tennis spiele und in diesem Land bin. Ich liebe die Sportbegeisterung, die in diesem Land das ganze Jahr herrscht, insbesondere das Tennisfieber in diesem Monat. Daher kann ich es kaum erwarten, zurückzukehren. Ich bin darüber hinweg. Ehrlich gesagt, habe ich es komplett hinter mir gelassen. Die Leute, die mich vor ein paar Jahren aus dem Land abgeschoben hatten, habe ich nie getroffen. Ich habe auch nicht den Wunsch, mich mit ihnen zu treffen. Sollte ich ihnen dennoch eines Tages über den Weg laufen, wäre auch das in Ordnung. Ich wäre froh darüber, ein paar Hände zu schütteln und das Kapitel abzuschließen."

Wenn Sie an die Australian Open und die US Open von 2022 zurückdenken, die Sie aufgrund von Impfbestimmungen aussetzen mussten, sehen Sie diese dann als vertane Chance für Ihren 25. Grand-Slam-Sieg?

„Ich meine, wenn ich so denken würde, dann würde ich wieder etwas bereuen, und das will ich nicht. Wenn überhaupt, hat das meinen Wunsch, dieses Ergebnis zu erzielen, noch verstärkt."

DIE BUCHT VON KOTOR ist ein vielgliedriges Gewässer, an dem es einiges zu erkunden gibt. In der Bucht ist es ruhiger als an der Meeresküste, wo sich Djokovic als junger Mann oft aufhielt. Dort hat er auch geheiratet – im luxuriösen „Aman Sveti Stefan"-Hotel. Aber die ruhigen Ecken sind für andere Lebensabschnitte perfekt, beispielsweise wenn man eine Familie gründet. Deshalb hat der Tennisspieler in der Bucht eine Yacht geparkt, wie geschaffen für einen Bond-Bösewicht.

Djokovic wurde in Belgrad, damals noch als Teil Jugoslawiens, geboren und durchlebte die langen, chaotischen und verheerenden Kriege, die den Balkan in den 90er-Jahren heimsuchten. Jugoslawien – ein Staat, der aus den sechs Republiken Bosnien und Herzegowina, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Serbien (einschließlich Kosovo und Vojvodina) und Slowenien bestand – existierte vom Ende des Zweiten Weltkriegs bis hin zum Zusammenbruch der Sowjetunion als föderale Republik kommunistischer Staaten. Als die Sozialistische Föderative Republik Jugoslawien zusammenbrach, entstand ein Machtvakuum, und es folgte ein Jahrzehnt der Konflikte.

Doch wir wollen hier keinen Geschichtsunterricht halten, die Bibliotheken sind voll mit Werken über die Auseinandersetzungen in dieser Region. Für unsere Zwecke ist es allerdings von Bedeutung, dass sich Novak Djokovic sehr für die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der gesamten Region interessiert, nicht nur für Serbien. Obwohl er in einer Zeit des Bürgerkriegs aufwuchs, in der serbische Staatsbürger:innen bosnische und kroatische töteten und umgekehrt, möchte er sich auf die Gemeinsamkeiten und nicht auf die Unterschiede zwischen „unseren Völkern" konzentrieren.

„Ich war schon immer sehr pazifistisch in meiner Einstellung und meinem Verhalten gegenüber allen Menschen und Nationen dieser Region", sagt er. „Denn wir waren einst als ein Land vereint. Die Familie meiner Mutter ist komplett kroatisch. Sie wurde zwar in Belgrad geboren, aber alle sind Kroat:innen. Ich wurde in Serbien geboren. Ich behandle alle immer gleich. Ich vertrete die Ansicht, dass wir so viele kulturelle, traditionelle und sprachliche Gemeinsamkeiten haben, da wir einmal eine Nation waren – warum fokussieren wir uns also nicht auf diese Dinge?"

Sweater
Bottega Veneta

T-Shirt
Merz b. Schwanen

Shorts
Hermès

In seiner Kindheit verbrachte Djokovic viel Zeit im Skigebiet Kopaonik. Seine Eltern besaßen dort eine Pizzeria. Wie durch eine kosmische Fügung wurde dort eines Tages ein Tennisplatz errichtet (Djokovic brachte den Bauarbeitern häufig ein paar Bier als Erfrischung). Als der Platz fertig war, wurde Tennis so schnell zu seiner Passion, dass es bald schon sein Leben bestimmte. So sehr, dass es ihm die Zeit nahm, andere Interessensgebiete ausgiebig für sich zu entdecken. Daher frage ich ihn, ob es in seinem Leben ein Themenfeld gab, für das er Feuer und Flamme war und mit dem er hätte erfolgreich werden können, wenn er mehr Zeit dafür gehabt hätte.

„Absolut", antwortet er, nickt dabei und kaut weiter auf einem Stück glutenfreien Brot mit Avocado herum. „Mehr als nur ein paar Dinge." Er erzählt von seinem Interesse an der Linguistik (er spricht fünf Sprachen fließend, in sechs weiteren kann er sich gebrochen ausdrücken), der Archäologie und der Geschichte. Mit Letzterem meint er allerdings nicht die Weltgeschichte, sondern spezifischer die Geschichte des Balkans. Im Laufe der Jahre beauftragte er bereits Tutor:innen, damit sie ihm die passenden Lektüren empfehlen konnten. So konnte er seine autodidaktische Lehre in den Feldern Geschichte, Archäologie und antike Zivilisationen ausbauen. Kurzer TikTok-Witz: So ist Djokovics *Roman Empire*, an das er jeden Tag denkt, tatsächlich das Römische Reich.

Dieser Wissensdurst hat auch zu der Obsession mit Wellness-Themen geführt. Fitness und Ernährung stehen hier an erster Stelle, doch auch für die Medizin hegt der Tennisspieler ein Interesse. Dabei vertritt er gern unkonventionelle Meinungen, die er folgendermaßen zusammenfasst: „Es ist am einfachsten, sich zu ergeben und mit dem Strom zu schwimmen, dem Mainstream zu folgen, ganz gleich, ob es um Krieg, Politik oder Sport geht. Das ist die Schafsmentalität, richtig? Alle machen es, also mache ich es auch. Ich will damit nicht sagen, dass ich ein Typ bin, der sich immer gegen den Mainstream stellt – das tue ich nicht. Ich denke, ich versuche, so rational wie möglich zu bleiben. Und wenn ich etwas sehe, das Sinn ergibt, dann folge ich dem natürlich und respektiere es. Aber wenn etwas keinen Sinn ergibt, dann werde ich mich dem entgegensetzen."

Auch zu den offiziellen Archiven der europäischen Geschichte hat er eine klare Meinung: „Ich habe das Gefühl, dass die Geschichte, die wir über unser Land beigebracht bekommen, nicht zu einhundert Prozent wahr ist." Djokovic zufolge gibt es dabei zwei Hauptprobleme. Fangen wir mit dem ersten an: Die heutige Geschichtsschreibung untergrabe die Wichtigkeit Serbiens innerhalb des Europas der vergangenen Jahrhunderte. „Die Geschichte wird von den Siegern geschrieben", sagt er. „Und Serbien hat häufig verloren."

„Es wurde so viel in den Kriegen zerstört. Die Bibliotheken wurden verbrannt. Wer Bibliotheken verbrennt, verbrennt auch die Geschichte, die Wurzeln einer Nation."

Der zweite Punkt liegt laut Djokovic in dem Fakt, dass sich Annalen eher auf die Unterschiede als auf die Gemeinsamkeiten von Ländern in einer Region konzentrieren. Im Falle des Balkans auf die Konflikte und die religiösen Differenzen der vergangenen beiden Jahrhunderte. „Es gibt die offizielle Geschichte", sagt Djokovic. „Und dann gibt es vielleicht, wenn ich es so sagen darf, eine verborgene Geschichte. Vielleicht die Geschichte, die unterdrückt wurde … dieser würde ich persönlich gern auf den Grund gehen. Ich sage das nicht leichtsinnig. Es ist das Ergebnis dessen, was ich in den letzten 20 Jahren gelernt habe. Nicht nur durch das Lesen von Büchern und den Besuch einiger theologischer Stätten, sondern auch durch Gespräche mit Menschen, die seit Jahrzehnten auf diesem Gebiet tätig und Expert:innen sind."

Zu den Expert:innen, die Djokovic zitiert, mit denen er gemeinsam Dinge studiert und die er finanziert, gehört Semir Osmanagić. Der bosnische Geschäftsmann und Autor sorgt seit Jahrzehnten mit seinen unorthodoxen historischen Behauptungen für erhebliche Kontroversen. Am berüchtigsten ist sein jahrzehntelanger Versuch, die Welt davon zu überzeugen, dass es sich bei einigen Hügeln in Bosnien nicht um natürliche Landformationen, sondern vielmehr um von Menschenhand geschaffene Pyramiden handelt. Djokovic sagt, all diese Studien würden auf dasselbe Ziel hinauslaufen: „Dieses Gefühl, das ich habe, mit dem ich die Nationen wieder, ich möchte nicht *offiziell zusammenführen* sagen, aber zumindest wieder näher zueinanderbringen will, anstatt dass man sich als Feinde sieht."

„Die Leute, die mich vor ein paar Jahren aus dem Land abgeschoben hatten, habe ich nie getroffen. Ich habe auch nicht den Wunsch, mich mit ihnen zu treffen."

Diese Empfindung findet sich auch im relativ harmlosen Kosmos des Sports wieder: Während der Fußball-Weltmeisterschaft im Jahr 2018 wurde Djokovic von serbischen Fans angefeindet, weil er öffentlich die kroatische Mannschaft unterstützte. „Ich wurde in meinem Land ziemlich verurteilt, sogar von höchsten Regierungsvertreter:innen", erzählt er. „Für mich war es aber eine einfache Angelegenheit. Erstens habe ich Familie aus Kroatien. Und zweitens, so fühle ich in meinem Herzen: Wie kann ich jemanden anfeuern, der weiter von mir entfernt ist als jemand, der mein Nachbar ist und mit dem ich nicht nur familiäre Verbindungen, sondern auch so viele Gemeinsamkeiten habe?"

Zeigen Ihre eigenen historischen Recherchen und jene, die Sie finanzieren, denn wirklich mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede in der Vergangenheit auf?

„Einhundert Prozent", sagt Djokovic. „Das ist die ganze Idee: Hey, ich verstehe, dass wir in dieser modernen Welt jetzt als separate Länder existieren. Aber hoffentlich erkennen wir eines Tages unsere vielen Gemeinsamkeiten, historisch und kulturell, sodass es uns wieder zusammenbringt, vielleicht auch als eine Nation."

Sie sind nicht wirklich der Meinung, dass die Region wieder als eine Republik zusammenkommen sollte? Ist es eher eine kulturelle Angelegenheit?

„Ich meine, in meinen wildesten Träumen, in einem perfekten Szenario würde ich sagen: Warum nicht? Warum eigentlich nicht?", meint Djokovic. „Wenn wir die gleiche oder eine sehr, sehr, sehr, sehr ähnliche Sprache sprechen" – er erklärt mir die kleinen, aber feinen Unterschiede zwischen den Sprachen –, „aber wir verstehen einander ohnehin alle perfekt. Wenn man unsere nationalen traditionellen Uniformen, Trachten, ethnischen Bekleidungen, Musik, Tänze, Essen betrachtet – alles gleich! Alles ist genau gleich. Wir verwenden bloß andere Worte, um es zu beschreiben. Also ja, ich bin eher ein Befürworter davon, dass wir so nah wie möglich

zusammenkommen sollten. Ob es im Moment wirklich möglich ist, dass wir ein Land werden? Noch mal: Ich glaube, realistisch gesehen ist das nicht möglich. Aber nichts ist unmöglich. Daher meine ich, wenn wir beweisen können, dass wir dieselben Wurzeln haben, dieselbe Geschichte, von denselben Stämmen abstammen, dann wird das vielleicht etwas in den Menschen auslösen."

Er kehrt zurück zu der Aussage, die er soeben getätigt hat – den Vorschlag der Wiedervereinigung Jugoslawiens – und analysiert sie nochmals sorgfältig. „Ich bin mir nicht sicher. Ich zweifle wahrscheinlich doch daran." Übrigens ist diese Idee in Serbien sehr populär, zumindest den dortigen Meinungsumfragen zufolge. In anderen Ex-Mitgliedsstaaten hingegen nicht. Das mag daran liegen, dass Serbien weitgehend als Machtsitz im ehemaligen Jugoslawien und als Hauptaggressor in den folgenden Auseinandersetzungen gilt. Djokovic führt weiter aus: „Aber zumindest würde es alle Menschen näher zusammenbringen. Ich würde mir friedlichere und freundlichere Beziehungen in der Region wünschen. Zusammenarbeit. Denn jetzt, jeden Sommer, wenn diese großen Erinnerungstage anstehen, all diese Kriegsdaten, denkt jede:r nur daran. Und die Medien und Politik beharren jedes Jahr aufs Neue darauf, stärken das Narrativ jedes Jahr mehr. Und so kommt man sich natürlich nicht näher. Man entfernt sich nur immer weiter voneinander. Ich sage nicht, dass die Menschen *vergessen* sollten. Denn es ist schwer, von den Menschen das Vergessen zu verlangen, absolut. Es sollte immer daran erinnert werden. Die Opfer sollten immer in Erinnerung bleiben. Doch werden wir uns am Ende des Tages so vorwärtsbewegen? Und wie werden wir uns vorwärtsbewegen?"

Djokovic ist einer der wenigen Sportler, der eine Präsidentschaftswahl in seinem Land gewinnen könnte. Da er politische Ambitionen immer schnell abtut, formuliere ich meine Frage ein wenig um: *Ist Novak Djokovic innerhalb oder außerhalb der Politik mächtiger und einflussreicher, wenn es darum geht, die Ziele und Visionen umzusetzen, die er für sein Land und die Region hat?*

„So, wie ich es im Moment sehe: außerhalb der Politik", sagt er. „Zunächst einmal muss ich sagen, dass mich viele Leute fragen, ob ich eines Tages Politiker werden will, weil sie meinen, ich sollte für das Amt des serbischen Präsidenten kandidieren. Zurzeit bin ich daran definitiv nicht interessiert, weil ich die politische Szene und Welt in unserer Region als überhaupt nicht gut empfinde. Ich möchte es nicht zu forsch ausdrücken. Aber ich sehe keinen Weg, wie ich persönlich in der Lage wäre, mich für mein Land einzusetzen und meinem Land das zu geben, was es verdient, ohne es auf eine Art und Weise zu machen, die – wie soll ich es sagen – *manipulierbar* wäre. Im Moment gibt es so viel *Manipulation*, selbst wenn man mit guten Absichten in die Politik geht … und ich muss betonen, dass ich nicht für die Politik *ausgebildet* wurde. Wenn ich also in der Zukunft über so etwas nachdenken würde, dann müsste ich erst mal eine Bildungsphase durchlaufen. Daher glaube ich nicht, dass ich mich jetzt, ohne die nötige Bildung, in dieses Umfeld stürzen und dort gedeihen könnte – und ich könnte auch nicht das abliefern, was ich wollen würde."

NACH SEINEM EINSTIEG in die Ränge der Profispieler:innen, insbesondere als Party Crasher der Rivalität zwischen Roger Federer und Rafael Nadal, entwickelte sich Djokovic allmählich zu einem Platzhirsch und einem Spieler, der von den Fans angefeuert wird. Auch wenn viele ihn beim Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen Federer und Nadal anfangs als Störfaktor wahrnahmen, konnte er sich mit der Zeit mehr als behaupten. Doch in den vergangenen Jahren ließ ihn die Konkurrenz allein auf dem Spielfeld zurück. Federer hing seine Karriere im Jahr 2022 an den Nagel, Nadal beim Davis Cup im November, und sogar Andy Murray verabschiedete sich bei den Olympischen Spielen in Paris als Spieler vom Tennisplatz. Letzterer wurde jedoch überraschenderweise Djokovics Trainer für die Australian Open. Heute ist Djokovic also recht einsam an der Spitze. Er ist immer noch in der Lage, fast jede:n zu schlagen, aber er wird nun (in Bezug auf die Beweglichkeit, die Ausdauer und den Einfallsreichtum; Aspekte, die Djokovic, Federer und Nadal zwei Jahrzehnte lang zu den Besten ihres Sports machten) von der nächsten Generation, Jannik Sinner (23) und Carlos Alcaraz (21), übertroffen.

Ich bitte ihn, mir das erste Wort zu nennen, das ihm einfällt, wenn ich die folgenden Namen nenne.

Roger Federer: „Eleganz."

Rafael Nadal: „Durchhaltevermögen."

Carlos Alcaraz: „Charisma."

Jannik Sinner: „Skifahren."

Eine ziemlich durchsichtige Sache: Die neue Nummer eins der Welt und der einzige Spieler, der Djokovic aktuell in seinen klassischen Stärken im Spiel übertrifft, wird von ihm auf die andere Sportart reduziert, in der der in den Dolomiten aufgewachsene Italiener Erfolge erzielen konnte.

Djokovic sagt, er beschreibe nicht gern, wie er die neuen Stars im Einzelnen unterstützt. Dennoch bekräftigt er, er habe immer versucht, die jüngeren Generationen „mit offenen Armen" zu empfangen. Dimitrov. Tsitsipas. Medvedev. Rublev. Zverev. Thiem. Und jetzt natürlich Alcaraz und Sinner. Er trainierte mit Sinner, als dieser ein Teenager war, und ließ ihn beobachten, wie er und sein Team den Tag verbrachten. „Wir reden, wir scherzen, wir lächeln", sagt er. „Und das finde ich schön, denn es ist schwer, tiefere Gespräche zu führen, wenn man auf dem höchsten Niveau ist." Auf der einen Seite möchte er als Platzhirsch hilfreich sein, auf der anderen Seite „möchte man vielleicht nicht zu viel teilen, weil man immer noch an der Spitze ist".

Ich bitte ihn, die Gesamtzahl der Grand-Slam-Gewinne in der Karriere der neuen Generation vorherzusagen.

Seine Augen werden groß. „Es ist noch zu früh dafür. Aber viele Leute sagen, meine Rekorde könnten nie gebrochen werden. Das bezweifle ich. Ich meine, Carlos könnte schon der Nächste sein. Sogar Jannik. Wenn sie sich um ihren Körper kümmern, wenn sie die Dinge richtig angehen, sich auf die eigene Langlebigkeit, auf die langfristigen Ziele konzentrieren, dann können sie es schaffen", sagt er und denkt dabei insbesondere an Alcaraz' vier Slams mit 21 Jahren. „Carlos hat etwas geschafft, das in der Geschichte noch niemand in einem so jungen Alter geschafft hat. Die Chancen stehen also gut für ihn. Er wird seinen Slam sehr bald vollenden."

Djokovic überlegt kurz, und ich sehe die Vorsicht in seinen Augen.

„Er hat sogar selbst gesagt, er wolle Geschichte schreiben. Er will ‚der Beste der Geschichte' sein. Ich respektiere diese Art von Mentalität *à la* ‚Hey, ich glaube, ich habe das Zeug dazu'. Aber vielleicht ist es für ihn noch ein bisschen zu früh, um über das Schreiben von *Geschichte* nachzudenken."

Wie es bei so vielen Gesprächen mit Djokovic im Laufe der Jahre der Fall war, enden auch wir unweigerlich bei den zwei Elefanten im Raum: Nadal und Federer.

Ich frage ihn, wann er sich vor oder während eines Matches am meisten von seinem Gegner eingeschüchtert gefühlt hat – es ist sicherlich bereits ein paar Jahre her. Er beschreibt, wie es sich anfühlte, mit Nadal in der Umkleidekabine zu sein, der bekanntermaßen vor einem Spiel stets wie wild durch die engen Räume hin und her rannte.

„Der Einschüchterndste? Ja, das ist er. Das war er, ganz sicher. Roger hatte natürlich auch diese wahnsinnige Aura. Und bevor man gegen ihn gespielt hat, hat man sie gespürt. Aber er ist es anmutiger angegangen, denke ich. Daher sage ich Nadal, weil wir uns alle die Umkleidekabinen teilen, also sieht man die Spieler beim Aufwärmen und so weiter."

Sie sagten, Sie konnten seine Musik durch seine Kopfhörer hören, richtig?

Hoodie
Lazoschmidl

T-Shirt
Merz b. Schwanen

Hose
Lacoste

Jacke
Brunello Cucinelli
Pullover
Drake's
T-Shirt
Lacoste
Shorts
Brooks Brothers
Schuhe
Sperry
Socken
Falke

„Oh ja. Aber ich habe irgendwo gesehen, wie er dazu befragt wurde und meinte: ‚Nein, ich habe das nie gemacht, um andere einzuschüchtern.' Ich war mir da, ähm … nicht so sicher. Er war berühmt dafür, durch die engen Gänge der Umkleidekabinen zu sprinten, womit er Leute buchstäblich zu Fall brachte. Man kommt von der Toilette und, ja, er will, dass man seine Präsenz *fühlt*. Verstehen Sie? Körperlich. ‚Ich bin hier. Ich springe herum. Ich bin bereit für den Kampf. Vom ersten Moment an wirst du mein Grunzen hören.' Das ist für viele Spieler sehr einschüchternd. Und wenn du kein Selbstbewusstsein hast, nicht an dich selbst glaubst, wenn du nicht von Anfang an einen klaren Plan hast, wird er dich bei lebendigem Leib auffressen."

Beziehen Sie sich mit dieser Geschichte gerade auf das erste Mal, als Sie ihm im Stade Roland Garros gegenüberstanden?

„Es ist oft so passiert", sagt Djokovic. „Er ist der Spieler, gegen den ich am häufigsten angetreten bin. Aber es kann durchaus sein, dass ich mich gerade an das erste Roland-Garros-Treffen erinnere. Damals im Jahr 2006? Da waren wir noch Teenager. Aber er war bereits der Titelverteidiger von Roland Garros und ein Superstar." Nadal feierte während des Turniers übrigens seinen 20. Geburtstag.

Sie drei werden sehr oft zusammen erwähnt. Wie hat sich Ihre Beziehung in den vergangenen Jahren verändert, seitdem Sie nicht mehr gegeneinander spielen?

„Nun, ich sehe sie nicht mehr. Wirklich nicht mehr oft. Aber die Rivalitäten, die wir zwischen uns dreien hatten, diese Rivalitäten sind für die Ewigkeit, denke ich. Es ist etwas, das unglaubliche Spuren hinterlässt, und zudem auch ein Vermächtnis im Sport. Etwas, an das man sich für immer erinnern wird. Ich bin sehr stolz darauf und froh, ein Teil dieser Gruppe zu sein. Sie waren ein wesentlicher Bestandteil meines Erfolgs und der Geschichte, die ich in diesem Sport geschrieben habe. Die Rivalitäten mit ihnen haben mich gestärkt wie nichts anderes in meiner Karriere. Das ist also die Tennis-Perspektive."

„Privat ist es ein Auf und Ab, um ehrlich zu sein. Ich versuche, abseits des Platzes immer respektvoll und freundlich zu ihnen zu sein. Aber am Anfang bekam ich keinerlei Akzeptanz von ihnen, weil ich auf den Platz gegangen bin und gesagt und gezeigt habe, dass ich selbstbewusst bin und gewinnen will. Ich glaube, das hat den beiden anfangs gar nicht gefallen."

„Vor allem, weil die meisten Spieler mit der Einstellung auf das Feld kommen, gegen sie zu *spielen* statt zu *gewinnen*. Und wegen dieser selbstsicheren Haltung haben sie sich wahrscheinlich noch mehr von mir distanziert. Und das ist in Ordnung. Ich habe es so akzeptiert, wie es ist. Die Botschaft ist bei mir angekommen, nämlich, dass wir Rivalen sind, und das war's. Um ganz ehrlich zu sein, ist es sehr schwierig, auf der Tournee mit jemandem befreundet zu sein. Wenn man ständig im Wettbewerb miteinander steht und die Nummer eins, zwei und drei der Welt ist, ist es schwer, voneinander zu verlangen, dass man eng befreundet ist, zusammen essen geht oder gemeinsame Familienausflüge macht."

Als ein De-facto-Triumvirat des Tennis hätten sie gut zusammengearbeitet, sagt Djokovic. Sie hätten lange Telefonate über wichtige Entscheidungen und relevante Momente geführt, damit sie sich als eine gemeinsame Front hätten zeigen können. Daher sei ihre professionelle Zusammenarbeit immer gut gewesen. „Aber wie gesagt, jeder von uns ging und geht auch derzeit seinen eigenen Weg im Leben. Roger und ich haben uns die letzten Male, als wir uns gesehen haben, über Familie und das ständige Reisen unterhalten. Tatsächlich wünsche ich mir mehr Kontakt mit den Jungs, vor allem innigere Unterhaltungen. Das wünsche ich mir wirklich. Ob das passieren wird, das weiß ich nicht. Ob sie überhaupt dazu bereit sind oder denselben Wunsch haben, auch nicht. Ich würde mich aber freuen."

Bis zu diesem Punkt wirkt Djokovic während unseres Gespräches komplett entspannt, die beruhigende Wirkung der Sonne und des Wassers setzen ein. Doch bei diesem Thema ist er jetzt das erste Mal für eine Weile still, denkt gründlich nach und sucht nach den richtigen Worten.

„Ich möchte das wirklich … mal sehen. Es hängt davon ab, wohin uns das Leben führen wird und wie wir uns alle entwickeln werden. Wir leben an verschiedenen Orten, und ich denke, Tennis hat uns allen so viel im Leben gegeben. Und Tennis wird uns wahrscheinlich immer noch ab und an zusammenbringen."

Vielleicht werden Sie in fünf bis zehn Jahren gemeinsam auf einer Yacht da draußen sein?

Es folgt eine kurze Welle der Euphorie. „Ich werde die beiden Jungs auf jeden Fall zum Chillen, Entspannen und Nachdenken einladen."

Es gibt nur drei Menschen in der Geschichte des Herrentennis, die wissen, was Sie drei wissen, und erreicht haben, was Sie erreicht haben. Daher kann ich mir vorstellen, dass es einen Moment geben wird, in dem jeder von Ihnen über diese außergewöhnlich seltene Sache sprechen möchte.

„Ich bin genauso begeistert von dieser Idee wie Sie", sagt Djokovic. „Ich würde gern ein oder zwei Drinks mit ihnen genießen und mich einfach öffnen und über die Dinge sprechen, über die sich alle bei mir geärgert haben" – jetzt lacht er sehr herzlich – „oder umgekehrt! Oder umgekehrt, was immer es ist. Lasst uns einfach alles aussprechen. Und ich denke, ich würde auch gern ihre Gedanken lesen und verstehen, worüber sie nachdenken, wie sie mit bestimmten Situationen auf dem Platz umgegangen sind, mit dem Druck, den man verspürt, wenn man die Nummer eins ist. Und ich habe meine Beobachtungen, denn ich habe sie beobachtet, so wie sie mich über die Jahre beobachtet haben. Es ist aber etwas anderes, wenn man es von der Person selbst hört."

„Deshalb hoffe ich, dass wir uns eines Tages in einer wirklich entspannenden Umgebung alle öffnen und gemeinsam reflektieren können. Das wäre großartig für uns. Aber ich denke auch, dass es eine großartige Botschaft an die Menschen senden würde, die den Sport verfolgen: ‚Hey, wir drei kommen zusammen.'"

In diesem Moment durchsegelt eine Yacht die Bucht. Die Szenerie bietet ein gutes Setting: Ein Schweizer, ein Spanier und ein Serbe betreten eine Yacht mit einer Flasche slowenischen Weins – Djokovic träumt jetzt ein wenig, obwohl er noch nicht im Ruhestand ist, von den Möglichkeiten des nächsten Kapitels.

„Stellen Sie sich bloß die Gespräche vor!"

Daniel Riley *ist Global Content Development Director bei* GQ. *Adaptiert von* Daniel Bilinski.

→
GEGENÜBERLIEGENDE SEITE
Sweater & Hose
Bode
Sneaker
Sperry
Socken
Falke

Fotos: Gregory Harris.
Styling: Tobias Frericks.
Grooming: Manuela Pane von Kasteel. Artist Management mit Dior Beauty.
Tailoring: Nena Ljumovic.
Set-Design: Ivko Zikic.
Yacht: Kaptan Sevket von Gulet Cruise Montenegro.
Produktion: Nina Hörbelt von Mamma Team Productions.

UNBOXING

Charms, futuristische Sandalen und eine voluminöse Tote: Die Accessoires für Frühjahr/Sommer 2025 überraschen mit neuen Formen, Liebe zum Detail und ungewöhnlichen Materialien wie Neopren, Aluminium oder Fell.

REDAKTION VON MANUELA HAINZ

FOTOS VON GUILLAUME BLONDIAU

SET-DESIGN VON VEERLE FORMANNOIJ

→
DIESE SEITE
Extreme 3.0
Compact Envelope
Bag 1100 €
Montblanc

←
GEGENÜBER-
LIEGENDE SEITE
Mr Clawiss Flat
Boot 2295 €
Christian
Louboutin

GUCCI

→
DIESE SEITE
B35 NXXT Sneaker
mit Raffia 1100 €
Dior Men

←
GEGENÜBER-
LIEGENDE SEITE
Small Crossbody
Bag 3500 €
Gucci

FRAGILE
Cet appareil, ses accessoires, piles et cordons se recyclent

→
DIESE SEITE
LV Crab Bag
Charm 780 €
Louis Vuitton

←
GEGENÜBER-
LIEGENDE SEITE
Buckle Bag mit
Nietengürtel
7000 €
Prada

←
DIESE SEITE
Kaffeebecher
und Halter
(Preis auf Anfrage)
Fendi

→
GEGENÜBER-
LIEGENDE SEITE
Krawatte 240 €
Brunello
Cucinelli

Centre/Centrum
BRUSSELS' 20
UNMISSABLES
For the best insider tips on Brussels, visit our Tourism information desk
Brussels Card
LOVE, COMMENT & FOLLOW US ON
brussels
Culture
Carol Kane's life rea

RUDE FOOD

Photographed as ne orpe.

→
DIESE SEITE
Gliederarmband
aus Edelstahl und
Keramik 2100 €
Hermès

←
GEGENÜBER-
LIEGENDE SEITE
Compact Sling
Bag 19 Degree
Aluminium 910 €
Tumi

→
DIESE SEITE
Monday Shoes
850 €
Balenciaga

←
GEGENÜBER-
LIEGENDE SEITE
Aren Octopus
Charm 330 €
MCM

←
DIESE SEITE
Neopren-Sandale
240 €
Emporio Armani

→
GEGENÜBER-
LIEGENDE SEITE
Shopper
Tote MM 2900 €
Louis Vuitton

FOTOS: GUILLAUME BLONDIAU VON CONCRETE REP; SET-DESIGN: VEERLE FORMANNOIJ; PRODUKTION: ALEXA VON ARNIM.

LINE Report 2025

TEXT VON
MANUELA HAINZ

Die Männermode für Frühjahr/Sommer 2025 ist auf der Suche nach Bedeutung: zwischen radikalem Pomp und Intimität, zwischen politischen Statements, sexuellen Fantasien und jugendlichem Eskapismus.

DIE STÄRKSTEN IMPULSE in der Männermode der vergangenen Jahre waren Provokation und Hedonismus. Zu den tiefgreifendsten Veränderungen gehörten die zur High Fashion überhöhte Streetwear und das Aufbrechen von Gendernormen. Was einst als skandalös galt – nackte Oberschenkel, bauchfreie Tops, Röcke und Handtaschen –, ist längst im Mainstream angekommen. Die TikTok-Ästhetik hat die Grenzen des kreativen Diskurses verschoben, der Körper und seine Inszenierung sind wichtiger denn je.

Die Luxusbranche begegnet dem Abwärtstrend, der sich deutlich in sinkenden Gewinnen zeigt, mit einem beispiellosen Wechselspiel auf den kreativen Positionen: 2024 gab es unter den Designer:innen mehr als ein Dutzend Neubesetzungen, darunter Haider Ackermann bei Tom Ford, Michael Rider bei Celine und Matthieu Blazy bei Chanel. Von Mailand über London bis Paris suchen die großen Modehäuser nach einer Legitimation jenseits dekorativer Oberflächlichkeit, mit der sich der Wert der Mode neu definieren ließe. Demna formulierte es in Bezug auf seine Balenciaga-Show so: „Sie ist eine Hommage an die Mode, die einen Standpunkt hat." Zunehmend werden soziokulturelle und politische Fragen thematisiert; globale Krisen, das Erstarken rechtspopulistischer Strömungen und das Aufkeimen rückwärtsgewandter Ideologien hinterlassen auch in der Modewelt ihre Spuren. Die Konzepte der Shows waren dabei so vielfältig wie die Mode selbst, von megalomanen Inszenierungen bis zu intimen Salons, von Statements zum gegenwärtigen Diskurs bis zur Erkundung einer neuen (männlichen) Sexualität.

AUF DEN STUFEN des Pariser Museums Palais de Tokyo bot Rick Owens eine monumentale Inszenierung. Dafür hatte er die divers geformten Körper von 200 Models seiner „white satin army" in weiße Stoffschichten gehüllt. Chiffonhauben um die Gesichter und wie aufgeblasen wirkende Ballonstiefel aus Leder betonten die Silhouetten. „Wenn wir die Grenzen verwischen und die Menschen dazu bringen, andere Perspektiven zu sehen, können vielleicht auch die zwischenmenschlichen Grenzen verschwimmen", kommentierte Owens sein Plädoyer für Toleranz und Offenheit.

Ein Jahr nach seinem Debüt bei Louis Vuitton – einer gigantischen Party auf dem Pont Neuf, bei der Jay-Z auftrat und Rihanna in der Front Row saß – machte Pharrell Williams den Innenhof des UNESCO-Hauptsitzes zur Bühne für seine neue Kollektion, die in Zusammenarbeit mit dem Kreativkollektiv Air Afrique entstanden war. Die Farbpalette der ersten 66 Looks – von Schwarz über Braun und Beige bis hin zu Weiß – sollte die Vielfalt der menschlichen Hauttöne widerspiegeln. „Eine Hommage an den Menschen, unabhängig von seiner Farbe", erklärte Williams. Sabato de Sarno, der bei Gucci die Mode als Werkzeug für das soziale Aufeinandertreffen erforschte, verbreitete unter dem Motto „Incontri" – auf Deutsch: Begegnungen – „zwischen Stadt und Strand und zwischen Menschen, die das Leben lieben", positive Vibes mit farbenfrohen Hemden, die mit Delfinen und Hibiskusblüten bedruckt waren.

Luca Magliano eröffnete die Mailänder Modewoche mit einem provokanten Statement zu Sex und Cruising: „Diese Themen müssen ohne Scham oder Verurteilung behandelt werden, denn sie sind ein Teil von uns", so der Designer. Mode ist mehr als je zuvor ein Experimentierfeld, auf dem Körper und Identitäten inszeniert und verhandelt werden. Bei Balenciaga äußerte sich diese anhaltende Tendenz in Strapsen und Hüfthosen, die kaum die Scham bedeckten. Auf die Frage, was Schönheit ist, fand Martine Rose wie so oft die Antwort im Ungewöhnlichen, Ungesehenen und Unvorhersehbaren. Ihre Kollektion widmete sich den Ausdrucksformen von Schönheit, die aus Spannung, Humor und Sex entstehen, irgendwo zwischen Mainstream und Underground – und grundiert von einem DIY-Gefühl. Übersetzt in Mode bedeutet das einen Clash zwischen Streetwear und Tailoring – und Models, die auch mal nichts als Boxershorts trugen.

TÜLL, SPITZE UND TRANSPARENZ gepaart mit Sleazy-Punk-Attitüde, so interpretierte Seán McGirr seine Version von „Anarchy in the UK" in seiner zweiten Show für Alexander McQueen. Raf Simons und Miuccia Prada entsandten 50 Models auf der Suche nach jugendlichem Leichtsinn und Eskapismus über den Laufsteg. Während sie sich wie in Trance zwischen der Nacht und dem Morgen danach über den Laufsteg bewegten, dröhnten aus den Boxen die Amphetamin-Beats von Faithless' Insomnia („I can't get no sleep"). Prada und Simons lockerten die zuletzt strengen Silhouetten der Hosen, verkürzten die Säume der Oberteile und erklärten die Taille zur erogenen Zone. Die gesamte Kollektion verströmte das Gefühl, schon einmal getragen worden zu sein, sei es durch Abnutzungserscheinungen, vermeintliche Mängel in den Proportionen oder absichtliche Faltenbildung. Gürtel und Kragen waren nur Attrappen und erzielten surreale Trompe-l'oeil-Effekte; der Eindruck, seinen Augen nicht trauen zu können, wurde noch verstärkt durch verspiegelte Sonnenbrillen, deren Gläser bedruckt waren mit Stränden, Meereslandschaften und anderen Sehnsuchtsorten.

BEI DIOR MEN säumten gigantische Katzenskulpturen des Keramikkünstlers Hylton Nel den Laufsteg, und auch auf den Socken waren die liebenswert gezeichneten Tiere des Südafrikaners zu sehen. Bei Bottega Veneta platzierte Matthieu Blazy prominente Gäste auf tierischen Sitzsäcken: Kendall Jenner thronte auf einem Pferd, während Jacob Elordi, das neue Gesicht der Marke, auf einem Hasen Platz nahm. Mit seiner Neuinterpretation des Power-Dressings aus dieser Perspektive stellte Blazy die Frage: „Was würde das Kind in dir wollen?"

Ein „Licht der Hoffnung" war die Show von Rei Kawakubo für Comme des Garçons Homme Plus. Der Härte der Realität setzte sie Naivität entgegen: Kopfbedeckungen aus Haarspangen und verspielte Schuhe des japanischen Labels Kids Love Gaite (und ein Paar pinkfarbene Nike „Sense 96 SP"), die Kostüme waren transgressiv und opulent, hauptsächlich in Rosa und Schwarz gehalten, mit Rüschen und Lagen aus Jacquard und Tüll. „Ich möchte auf ein bisschen Licht hoffen, auch wenn es nur ganz klein ist", sagte Kawakubo. Dries Van Notens emotionale Abschiedsshow war von einem ähnlichen Optimismus beseelt: Statt in Nostalgie zu schwelgen, zeigte er florale Muster und luftige Stoffe – eine Kollektion voller poetischer Sanftheit.

GIORGIO ARMANI, Bally, Lemaire und Ami lieferten eine Neuinterpretation des Minimalismus der 90er-Jahre und des im vergangenen Jahr viel beschworenen stillen Luxus. Klassik zeigte sich in sachlicher, bisweilen konservativer Zurückhaltung. „Anspruchsvoll, aber nie prätentiös", kommentierte Alexandre Mattiussi von AMI die Ästhetik. Als traditionelles Symbol einer männlich geprägten Businesswelt erhielt die Krawatte ein subversives Update – zum Teil ironisch überspitzt und persifliert. Sie erschien absurd lang bei Moschino, surreal groß bei JW Anderson. „Irrational clothes" fasste Anderson diese Saison zusammen.

Einige der interessantesten Kleidungsstücke waren allerdings nicht auf den Laufstegen zu sehen. Abseits des offiziellen Showkalenders hat sich eine alternative Modewoche voller unabhängiger kleiner Undergroundlabels, Präsentationen und intimer Partys entwickelt. Hier finden kreative Visionen ihren Raum – fernab von kostspieligen Inszenierungen und dem Druck, in schneller Folge immer neue Trends zu produzieren. Labels wie Auralee, ERL, Bode oder Duran Lantink stehen beispielhaft für diese Bewegung. Sie schaffen fast handwerklich zu nennende Stücke, die sich durch Langlebigkeit und Authentizität auszeichnen. In einer Zeit, in der Nachhaltigkeit keine Option, sondern eine Notwendigkeit ist.

MANUELA HAINZ *ist Style Editor bei* GQ.

BAUCH FREI

Prada

Doublet

Balenciaga

Egonlab

Duran Lantink

Loewe

JW Anderson

Ann Demeulemeester

ERL

Peter Do

→Im Sommer 2025 wird der Bauch zur erogenen Zone. Je tiefer die Hose, desto sexier – und bitte nicht rasieren. Als Trendrelikt der 2000er-Jahre feierte das Crop Top bereits 2014 sein Comeback, unter anderem bei Rapper Kid Cudi, dessen Shrunk-Shirt beim Coachella-Festival um die Welt ging. Designer wie Ludovic de Saint Sernin und Rick Owens Muse Dylan ebneten den Weg für die Abs-Show – Stars wie Troye Sivan, Hailey oder Justin Bieber folgten. Auf den Laufstegen von Mailand bis Paris kann sich die bauchfreie Zone irgendwo zwischen Scham- und Brusthaar befinden: unerhört tief bei Balenciaga, dezent in der Mitte bei Prada – wo Miuccia Prada und Raf Simons das klassische Hemd nach oben schieben – bis hin zum vertrauten kurzen Tanktop bei Doublet-Designer Masayuki Ino. ●

BIG SHADES

Balenciaga

Prada

→Balenciaga bringt in der kommenden Saison überdimensionierte Shades ins Spiel, die weniger Schutz vor Sonnenlicht bieten als vielmehr eine Möglichkeit, das Gesicht wie hinter einer Maske zu verbergen. Sie schaffen eine Barriere, die Identität und Persönlichkeit verschwimmen lassen. Pradas Sonnenbrillen hingegen spielen mit der Wahrnehmung: Die aufgedruckten Szenen der Umgebung wirken wie Reflexionen, doch ihr surrealer Charakter lässt Betrachter:innen sich ständig fragen, was hier tatsächlich zu sehen ist. Statements, die die Realität erweitern und dazu auffordern, die Grenzen zwischen Sichtbarem und Imaginärem neu zu denken. ●

COLOUR FLASH

→Im Kontrast zu den gedeckten Tönen, die Pharrell Williams für Louis Vuitton zeigte, und dem reinen Weiß bei Rick Owens setzen einige andere Designer:innen auf kräftige Farben. Die Palette reicht von Marine Serres Powerrot über das Neongelb bei Prada bis zum mädchenhaften Pink, das bei Comme des Garçons Homme Plus im wahrsten Sinne des Wortes den Ton angab. Schon Johann Wolfgang von Goethe wusste um die psychologische Wirkung von Farben; für ihn galten etwa Gelb und Rot als anregend und stimulierend. Kurz: Der Sommer hält jede Menge Lichtblicke bereit – und Lust am modischen Exzess. ●

Kiko Kostadinov

Gucci

Prada

Marine Serre

Comme des Garçons Homme Plus

Emporio Armani

BOXERSHORTS

Martine Rose

Fashion East

Gucci

Coach

David Koma

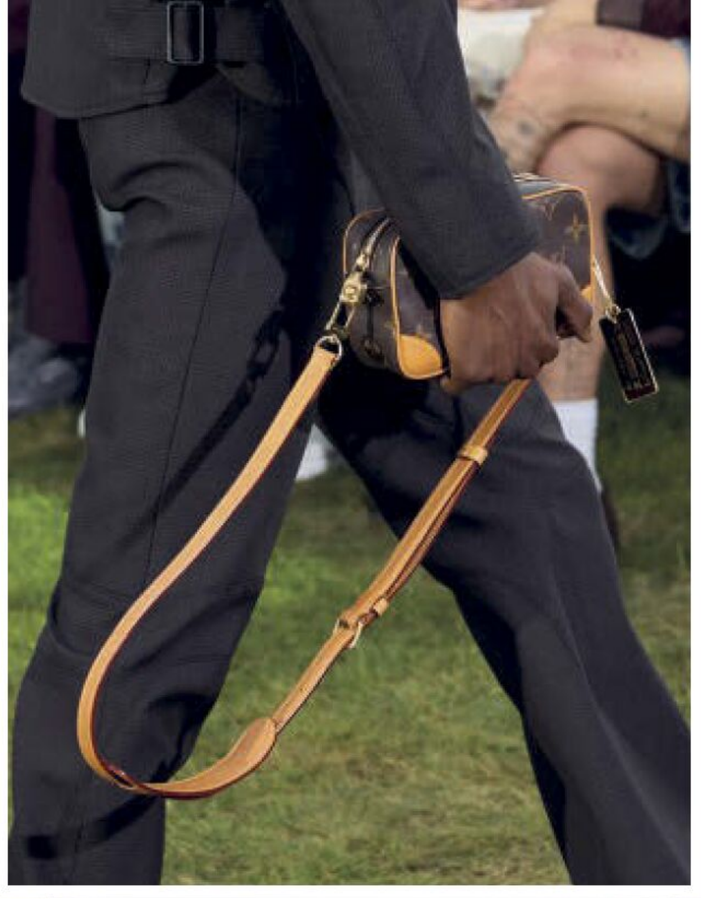
LGN Louis Gabriel Nouchi

Bianca Saunders

Bode

→1985 veränderte ein Werbespot von Levi's® die Art und Weise, wie Unterwäsche wahrgenommen wurde: Das Model Nick Kamen betrat einen Waschsalon, zog sich bis auf die Unterhose aus und warf seine 501® Jeans in die Waschmaschine – ein Bild, das sich ins kollektive Gedächtnis einbrannte und die Boxershorts zu einem kulturellen Symbol machten. Als Brad Pitt in der Rolle des Tyler Durden in „Fight Club" (1999) gegen gesellschaftliche Normen rebellierte, tat er das oft nur mit Boxershorts bekleidet. Tom Cruise tanzte in „Risky Business" (1983) lasziv in weißen Shorts durchs Wohnzimmer und Richard Gere wurde in „American Gigolo" (1980) in ihnen zur Leinwandikone. Boxershorts als Outerwear stehen – übrigens genderübergreifend – für selbstbewusste Coolness, wie Paul Mescal vergangenes Jahr bewies. Er wurde in kurzen Shorts zum hellblauen Oxford-Hemd zur viralen Sensation. ●

MICROBAGS



Louis Vuitton

Gucci

Dior Men

→Taschen, so klein, dass nicht einmal ein Handy hineinpasst, zum Umhängen oder lässig in der Hand getragen: Microbags definieren die Rolle der Männerhandtasche neu. Einst als funktionales, geräumiges und praktisches Accessoire gedacht, das Mobiltelefon, Schlüssel und die unverzichtbaren Kleinigkeiten des Alltags beherbergte, avanciert die Tasche nun zum verspielten Schmuckstück. Die neuen Designs von Dior Men, Gucci und Louis Vuitton erreichen maximal Minigröße, setzen auf Stil statt auf Stauraum und stellen damit die eigene Funktion infrage. Sie sind Accessoires mit einem Augenzwinkern, eine spielerische Provokation in einer Welt, die nach Effizienz und Zweckmäßigkeit strebt. Liegt nicht gerade im scheinbar Nutzlosen die wahre Freiheit? ●

NEO CLASSIC

Bottega Veneta

Giorgio Armani

Jil Sander

Marine Serre

Hermès

Dolce & Gabbana

Hed Mayner

Hed Mayner

Hed Mayner

Bally

→Ist der konservative Wind, der durch die politische Landschaft fegt, auch in der Mode spürbar? Ein Blick auf einige Laufstege legt diese Vermutung nahe. Die cis-geschlechtliche Männlichkeit kehrt zurück – und das in einem Stil, der den korrekten, aber unbeschwerten Charme der späten 1950er-Jahre à la „Der talentierte Mr. Ripley“ heraufbeschwört oder das Power-Dressing der 1980er-Jahre zitiert. Gepflegte Eleganz, präzises Tailoring und klassische Silhouetten erinnern an Zeiten, die von festgefügten Geschlechterrollen und strikter sozialer Ordnung geprägt waren. Doch wer genauer hinschaut, entdeckt Brüche und humorvolle Seitenhiebe. Möglicherweise äußert sich so die Sehnsucht nach vermeintlicher Einfachheit in einer immer komplexer werdenden Welt. ●

KAROS

→Zwischen Indie-Sleaze und Avantgarde – kaum ein Muster verbindet Tradition und Rebellion so wirkungsvoll wie das Karo. Ob ein Rock, der aussieht, als hätte ihn Malcolm McLaren für die Sex Pistols entworfen, oder ein Karohemd, das direkt aus Kurt Cobains Kleiderschrank stammen könnte. Die Designer:innen lassen sich in dieser Saison von Punk und Grunge bis hin zur Präzision japanischer Schneiderkunst inspirieren. Daniel Lee interpretiert bei Burberry den klassischen Check neu. Wurde er in den 1920er-Jahren noch für bescheidenes Trenchcoat-Futter genutzt, glänzt das Muster nun in All-Over-Looks, die sowohl elegant als auch experimentell wirken können. Mit aufwendigen Lagen, Drapierungen und gezielten Verzerrungen wird das Karo zum Symbol subkultureller Ästhetik und Moderne. ●

NATURAL FIBRES

→ Bei Dior Men sind die B35 NXXT Sneakers mit Raffia gefertigt und verweisen damit auf die traditionelle Handwerkskunst Makramee. Dolce & Gabbana präsentieren Taschen, Schuhe und Jacken, die aussehen, als wären sie aus Schilfgras geflochten. Jonathan Anderson greift bei Loewe das Thema mit überdimensionalen Strickjacken auf, die an die Arbeiten der Künstlerin Rosemarie Trockel erinnern und Kunst und Mode in einen spannenden Dialog bringen. Naturfasern wie Bast und Hanf sowie erdige Farbpaletten repräsentieren eine Rückbesinnung auf das Ursprüngliche, die nicht nur ästhetisch, sondern auch in Sachen Nachhaltigkeit in der Mode neue Wege aufzeigt. ●

Dolce & Gabbana

Dior Men

JW Anderson

TIES

Masu

Palomo Spain

Fendi

Valentino

Marine Serre

JW Anderson

Giorgio Armani

Moschino

→Die Krawatte, einst Symbol männlicher Eleganz und formeller Etikette, feiert ihr Comeback als modisches Accessoire – allerdings nicht ohne ironische Untertöne. Von extrabreit bei JW Anderson bis extralang bei Moschino wird eines der letzten verbliebenen Wahrzeichen klassischer Herrenmode entweder auf ein Minimum reduziert oder ad absurdum geführt. Die spielerische Neuinterpretation sprengt die engen Grenzen traditioneller Dresscodes und zeigt, wie frei und ungezwungen die Mode heute mit maskulinen Stilvorlagen umgeht. Längst geht es nicht mehr um Konformität, sondern um Individualität: und die Krawatte? Wird zum Synonym genau dafür. ●

TRANSPARENZ

→Vom romantischen Softboy bis zur provokanten Punk-Attitüde: Transparenz erobert die Männermode und gibt den Blick frei auf das, was sich unter den Stoffen verbirgt. Bei Comme des Garçons Homme Plus erzeugen mehrere Tüllschichten ein ätherisches Spiel zwischen Verborgenem und Sichtbarem, während Rick Owens mit sexy Tuniken den männlichen Körper zur Schau stellt. Transparente Outfits werden zu Statements – mal zart, mal rebellisch, aber immer bewusst inszeniert. Sie spielen mit Proportionen, mit dem Spannungsfeld des Darunter. Der Körper wird ästhetisch betont und gezielt als Lustobjekt inszeniert. ●

Ahluwalia

Simone Rocha

Craig Green

Rick Owens

Louis Vuitton

Comme des Garçons Homme Plus

A-Cold-Wall

Alexander McQueen

Dries Van Noten

GARDENER

→Trends wie Neo-Ökologie und die damit verbundene Lust am Gärtnern sind Zeitgeist-Phänomene und spiegeln sich auch auf den Laufstegen wider. Grace Wales Bonner, britische Designerin mit jamaikanischen Wurzeln, ließ sich durch das Archiv der in Trinidad geborenen Künstlerin Althea McNish inspirieren, die 1950 im Alter von 27 Jahren nach Großbritannien emigrierte. McNish entwarf für die klassischen britischen Department-Stores wie Liberty London farbenfrohe grafische Muster, die als sehnsüchtige Liebeserklärungen an ihre Heimat gelesen werden können. Die unaufgeregten Designs in Kim Jones' Kollektionen für Dior Men dagegen lassen manchmal die schier unglaubliche Handwerkskunst dahinter vergessen. Für die geblümte Jacke „Nel" waren beispielsweise 600 Stunden Handstickerei nötig. Guccis Kreativdirektor Sabato de Sarno wiederum hat Hemden mit Hibiskusblüten-Prints versehen. Sie sind eine Referenz an „Barbarian Days", die Memoiren William Finnegans, der die 1960er-Jahre vor allem damit verbrachte, surfend um die Welt zu reisen. ●

Bally

ERL

Denzil Patrick

Duran Lantink

Moschino

Marni

Dior Men

Gucci

HEAD PIECES

Comme des Garçons Homme Plus

Loewe

Undercover

→Kopfbedeckungen sind in dieser Saison weit mehr als bloße Accessoires. Sie fordern vielmehr dazu auf, den Blickwinkel neu zu justieren. Jonathan Anderson erklärte, die goldenen und schwarz-weißen Federn bei Loewe seien dazu gedacht, den Fokus auf die Gesichter zu lenken, die sich darunter verbergen. Jun Takahashi wiederum inszeniert für sein Label Undercover romantische Krieger:innen, die mit Spitzenschals über den Augen und an Caesar erinnernden Lorbeerkränzen im Haar eine poetische Mischung aus Verletzlichkeit und Stärke verkörperten. Und Rei Kawakubo formte bei Comme de Garçons Homme Plus eine Vielzahl von Haarspangen zu einer skulpturalen Perücke, die die Grenzen zwischen Haar und Kunstwerk verschwimmen ließ. Mode als Reflexion über Wahrnehmung und Identität. ●

JJ SIE DENK GROSS,

Luciano ist der meistgestreamte Rapper Deutschlands. Gemeinsam mit seinem Kollegen Apache 207 hat er jüngst überraschend eine EP veröffentlicht. Wie es dazu kam, warum er weniger Privatjet fliegt und von seiner Angst vorm Versagen erzählt der Berliner Musiker im Interview.

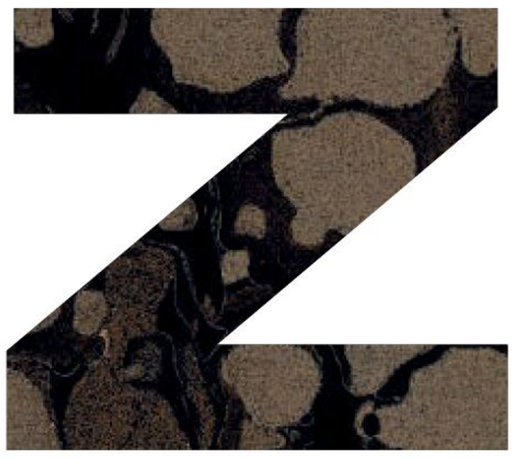
ABER ICH DENKE GRÖSSER“

TEXT VON ULF PAPE
FOTOS VON MARIUS KNIELING
STYLING VON LÉON C. ROMEIKE

EN

←←
VORHERIGE SEITE
Jacke und Hemd
Martine Rose
Hose
032C
Uhr
Audemars Piguet
Kette
Tiffany & CO.

←
DIESE SEITE
Look
Ferragamo



um Termin mit GQ kommt Luciano im Rolls-Royce vorgefahren, einem massiven SUV. Die Autos seiner Entourage sind kaum kleiner. Dass es bei Luciano läuft, sieht man aber nicht nur an dem Fuhrpark, sondern auch an seinem breiten Lächeln. Der Rapper und Unternehmer ist bestens gelaunt, als er mit unserem Stylisten die Mode für das Fotoshooting begutachtet. Im anschließenden Gespräch beeindruckt er dann mit einem Selbstbild, das in seiner Verletzlichkeit in der Welt des Hip-Hops eine Ausnahme ist.

GQ: Luciano, du hast gerade überraschend eine Collab-EP mit Apache 207 veröffentlicht. Ihr seid die zwei meistgestreamten Rapper Deutschlands. Was hat euch zusammengeführt?
LUCIANO: Wir fanden uns gegenseitig schon immer interessant. Man kommt an Apache nicht vorbei. Alles, was er live gemacht hat, habe ich verfolgt – und andersherum. Als ich eine Show in Köln hatte, ist er vorbeigekommen. In der Musikindustrie gibt es normalerweise viele Berührungsängste. Manche halten sich einfach zurück, andere haben Komplexe. Aber nach der Show haben wir uns backstage zusammengesetzt. Er hat mich mit Komplimenten überschüttet. Ich musste eigentlich direkt weiter zu einer After-Show-Party. Aber an dem Abend habe ich die Leute zwei Stunden warten lassen, weil die Gespräche mit Apache so intensiv waren. Es war so echt. Hat sich angefühlt, als würden wir uns seit zehn Jahren kennen. Da habe ich es schon gefühlt.

Dass ihr zusammenarbeiten könntet?
Eigentlich sollte es nur einen einzigen gemeinsamen Song geben. Er hat mir einen geschickt, den ich cool fand. Ich habe meinen Part aufgenommen, aber irgendwie kam das nicht natürlich rüber. Dann haben wir eine Studio-Session angesetzt, die so gut funktioniert hat, dass wir daraufhin in drei Wochen einfach sechs Songs aufgenommen haben. Der Energielevel war jeden Tag so hoch, dass wir uns entschieden haben, zusammen eine EP zu machen. Hat top geklappt.

Obwohl ihr aus völlig unterschiedlichen musikalischen Welten kommt.
Ja, zwei komplett verschiedene Welten. Er mit seinem Look, ich mit meinem Look. Wie er sich verkauft, wie ich mich verkaufe. Wir sind beide erfolgreich, aber jeder auf seine Art. Auf der EP haben wir etwas Neues erschaffen, ohne dass sich einer dem anderen angepasst hätte. Darauf bin ich sehr stolz.

Worüber habt ihr in den zwei Stunden, die ihr nach deiner Show gemeinsam verbracht habt, gesprochen?
Wir waren uns vorher mal in Berlin auf der Straße begegnet. Ich stand mit meinem Auto an der Ampel, er kam aus einem Steakhaus. Wir sahen uns, aber der Moment war zu kurz, um sich zu begrüßen. Danach dachte er, ich sei arrogant, und ich dachte, er sei arrogant. Darüber haben wir erst mal gelacht. Dann hat er mir Komplimente für meine Show gemacht und mir mitgegeben, was vielleicht noch fehlt.

Was war sein Tipp?
Er meinte, ich könnte meine Emotionen besser zeigen.

Kannst du diese Art von Kritik von einem Kollegen annehmen?
Ja, er ist ein Künstler, den ich in Sachen Livebusiness sehr respektiere. Wir haben uns auf Augenhöhe ausgetauscht. Dann haben wir ein bisschen was getrunken, Witze gemacht, über die Vergangenheit geredet, darüber, wie seine Jungs meine Musik gehört haben, wie ich ihn das erste Mal entdeckt habe. Das war einfach ein geiles Gespräch. Da hatten wir so ein bisschen Laberflash.

Wie bist du auf Apache aufmerksam geworden?
Einen wie Apache gab es vorher nicht. Niemand sah so aus wie er. In seinen Videos sieht man direkt seine Handschrift und wie viel Kreativität er ins Visuelle steckt. Und seine Hits – jeder hat sie gehört. Was mir auch sehr positiv aufgefallen ist: Er hat in seiner Heimatstadt Ludwigshafen am Hauptbahnhof ein Konzert gespielt, und Leute aus allen verschiedenen Altersgruppen sind auf ihn aufmerksam geworden.

Ihr seid beide große Identifikationsfiguren, die stark mit einem bestimmten Musikstil verbunden werden. Du wurdest in der Vergangenheit „King of Drill“ oder „Drill-Minister“ genannt. Ist es bei so einer Zuschreibung nicht schwierig, sich weiterzuentwickeln?
Ich sehe mich nicht in einer Schublade. Ich hatte immer Lust auf viele Genres, ich habe mich an Afrobeats probiert, an House-Music. Eine Zeit lang habe ich mich auf Drill festgelegt, weil es das war, was ich im Studio am liebsten gemacht habe und es auch den Zeitgeist getroffen hat. Das switcht halt, abhängig davon, was für Musik ich selbst höre und wo ich mich aufhalte. Ich lasse mich von der Außenwelt inspirieren. Das ist in mir. Ich bin facettenreich.

Bist du jemand, der beim Schreiben und Produzieren viel verwirft, oder weißt du sofort, was du willst und wie du es bekommst?
Ich bin ein Overthinker, auch im Privaten. Deswegen schlafe ich auch immer erst sehr spät ein. Ich denke zu viel nach, aber ich habe eine gute Art aufzunehmen. Wenn ich einen Beat höre, spüre ich den erst mal. Ich gehe nicht gleich an die Lyrics ran, sondern mache eine Ghostline. Ich erfinde irgendwelche Wörter, die gar nicht existieren, damit ich den Flow des Beats spüre. Das ist dann irgendein Kauderwelsch, den ich aufnehme, aber dann habe ich direkt meine Melodie. Wenn die mir komplett gefällt, setze ich mich in Ruhe hin und schreibe meinen Text. Bei acht Alben hat das gut funktioniert.

Das klingt, als würdest du wenig für den Papierkorb schreiben.
Bei mir bleiben sehr viele Songs liegen. Nicht weil ich voll krass selbstkritisch bin, sondern weil die dann einfach keinen Platz haben. Ich kann kein Album mit 40 Songs machen, ich muss mich für die 25 besten entscheiden. Meine Alben sind immer so lang, weil ich zu viele Songs mache, mich aber schwer von ihnen trennen kann.

Du redest schnell und hast einen großen Output. Was treibt dich?
Das ist etwas Charakterliches. Ich bin sehr energiegeladen. Natürlich habe ich auch

mal müde Tage. Dann gehe ich einfach nicht ins Studio. Die Frage ist aber, auf welcher Position man sich sieht. Ich bin keiner, der sich auf Ruhm ausruht. Klar mag ich den Luxus, aber ich habe ein Ziel im Hinterkopf. Ich denke immer groß. Wenn ich mit meiner Assistentin oder meinen Managern Visionen bespreche, muss ich denen erst mal beibringen, größer zu denken. Sie denken groß, aber ich denke größer. Ich bin immer 15 Schritte voraus. Ich sehe mich auch immer noch als Newcomer. Ich bin noch nicht angekommen. Ankommen, das hat für mich was von ins Sofa setzen, 'ne Zigarre holen, schönen Rotwein und die Aussicht genießen. Das werde ich in 15 Jahren machen, dann wird mein Output auch weniger werden. Aber jetzt? Ich bin 30, aber es fühlt sich an wie 21.

Als du im vergangenen Jahr den GQ Men of the Year Award entgegengenommen hast, wurde deutlich, wie ungeheuer dankbar du bist. Was erdet dich?
Ich bin von Grund auf ein sehr dankbarer Mensch, weil ich einfach weiß, wo ich herkomme. Und ich wurde relativ gut erzogen, sozusagen von sehr vielen Kulturen. Ich habe die afrikanische Kultur von meinem Vater, die deutsche Disziplin von meiner Mutter, dazu kommen das Urbane aus Berlin und das Orientalische. Ich glaube, ich habe einfach immer von überall das Beste genommen. Ich bin wirklich dankbar, und ich fühle mich schlecht, wenn ich mich über jemanden stelle. Wenn ich irgendwo an den Set komme oder wenn ich mit einem jüngeren Künstler arbeite, dann bin ich eher einer, der sich ein bisschen unterordnet. Ich fühle mich einfach nicht wohl, wenn ich abhebe und mich über jemanden stelle. Ich fühle mich nicht wohl, wenn ich nicht zweimal Danke sage, weil ich weiß, dass das, was ich habe, nicht selbstverständlich ist. Ich glaube, Cristiano Ronaldo hat mal gesagt: „Wenn du nur Talent hast und deine Disziplin nicht hinhaut, bringt dir dein Talent nichts." Mir sagen jeden Tag so viele Menschen, dass sie mich lieben und ein Foto mit mir machen wollen. Das ist nicht selbstverständlich. Manchmal, wenn ich auf der Straße bin und mir jemand erzählt, wie viel ich ihm bedeute, oder mir sogar ein Tattoo von mir zeigt, ist das für mich so unverständlich. Warum ich? Wie kann das sein? Deswegen bin ich dankbar.

Das klingt auch ein wenig überwältigend. Wie geht es dir damit bei deinen Shows?
Das sind surreale Momente. Wenn du am Nachmittag in einer großen Venue stehst und diese vielen Menschen siehst, die für dich arbeiten, dann wird dir bewusst, dass das alles nur stattfindet, damit du um 21 Uhr auf der Bühne stehst, allein. Wenn du da rauskommst und alle schreien, ist das die größte Art von Zuspruch, die du physisch spüren kannst.

Wie kommst du danach runter?
Ganz schlecht, wirklich. Direkt nach der Show atme ich erst mal durch. Dann nehme ich mir einen Drink, esse was, weil ich vor der Show nicht esse. Dann gucke ich mir die Videos an, den Content, den meine Leute gemacht haben, und dann fließe ich erst mal so im Fluss mit. Irgendwann gehe ich in den Tourbus oder ins Hotel, denke, dass ich müde bin, aber wenn ich mich ins Bett lege, kann ich nicht schlafen. Ich gehe alles noch mal durch. Wenn ich am nächsten Tag noch eine Show habe, gehe ich meine Sorgen durch: Hält meine Stimme für morgen aus? Während der Tour bin ich komplett in so einem Rausch.

Was hilft dir in solchen Fällen zu entspannen?
Ich habe zum Beispiel Ärzte mit auf Tour, die mir Infusionen legen, Aminos geben, hoch dosiertes Magnesium, damit mein Körper runterfährt. Da habe ich so meine Hilfe. Schlimmer ist es, wenn ich nach Hause komme. Auf Tour bin ich jeden Tag von Fans umgeben, von meinem Team. Jeder will alles für mich richtig machen, damit ich perfekt performe. Zu Hause bin ich nicht komplett alleine, aber es ist natürlich viel ruhiger. Da habe ich erst mal eine Woche After-Tour-Depressionen. Das ist back to reality. Deswegen fliege ich eigentlich immer direkt eine Woche in den Urlaub, damit ich noch ein bisschen Entertainment habe.

Wer hilft dir, wenn du während der Tour mal einen Durchhänger hast?
Meine Manager Javier und Nader und Miriam, meine Assistentin. Die arbeiten sehr eng mit mir und sind immer vor Ort. Die sagen auch eine Stunde vor dem Auftritt: Handy weg. Damit unmittelbar vor der Show nichts passiert. Wenn jemand aus dem Freundeskreis vor der Tür steht und nicht reinkommt oder so. Wenn ich mich nicht mehr darum kümmern kann, ist das nur ein kleines Problem, aber ich würde es mit auf die Bühne nehmen. Kurz vor der Show schalte ich in den Beast-Mode, dann ist Stagetime. Auf die Bühne zu kommen, fühlt sich für mich so an wie für andere, wenn sie nach einem langen Arbeitstag nach Hause kommen, alles ausziehen und sich mit Boxershorts auf die Couch legen. Komplett comfortable.

Hast du bei all dem Zuspruch, den du bekommst, manchmal die Sorge, dass die Leute um dich herum dir irgendwann nicht mehr sagen, wenn du mal danebenliegst?
Auf jeden Fall. Aber mein Kreis ist sehr klein, und ich bin offen mit den Leuten. Ich spreche Probleme direkt an. Damit gebe ich ihnen die Plattform, ehrlich mit mir zu sein. Leute, bei denen ich den Eindruck habe, sie neigen zum Jasagen, kommen gar nicht in meinen Kreis. Das kann ich gut unterscheiden.

Woher kommt dieses Gespür?
Mein Papa hat immer gesagt: „Mein Sohn, wenn ich in einen Raum komme, erkenne ich meinen Feind und meinen Freund." Ich denke, ich habe von ihm eine sehr gute Menschenkenntnis geerbt. Ich gehe mit Vibes. Ich spüre sofort, wenn eine Energie sich verändert. Ich lese Menschen. Ich komme ironisch rüber und mache Spaß, aber ich achte sehr auf mein Umfeld. Durch diese Veranlagung kann ich sehr gut zwischen Jasagern und echten Meinungen unterscheiden. Wenn ich zum Beispiel meine Vision zu powerful erzähle und jemanden damit einschüchtere, muss ich mich runterholen. Als ich angefangen habe,

„Gerade am Anfang meiner Karriere hatte ich Panikattacken wegen der Pressure und dem Umgang mit den Problemen, die ich auf der Straße erlebt habe. Deswegen habe ich mich früh mit meiner Psyche auseinandergesetzt und großen Respekt vor Drogen.

> **Die Straße, wo ich herkomme, das sind immer Ängste, Sorgen, Hunger, traurige Eltern, Angst vor Mitmenschen, man ist nicht sozial. Das sind alles keine coolen Werte.**

mit meiner Assistentin zu arbeiten, musste ich eine Art finden, speziell mit ihr zu reden. Mit Javier rede ich auch anders als mit Nader.

Welche Rolle spielen deine Manager in deinem Team?
Javier kümmert sich um die Kommunikation mit Brands, Nader ist etwas älter und spielt, vorsichtig gesagt, die zweite Vaterrolle. Er achtet darauf, dass ich die Finanzen unter Kontrolle habe. Als junger Künstler neigt man schnell dazu, über die Stränge zu schlagen. Urlaub und alles.

Du buchst ganz gerne mal einen Privatjet, oder?
Haha, nein, ich nehme meistens ganz normale Linienflüge. Aber nach einer langen Arbeitsphase bin ich einfach mal nach Ibiza, da hab ich mir mal einen Privatjet gegönnt. Hab ich natürlich auch gut auf Instagram vermarktet. Das war vielleicht eine Art falsche Belohnung. Mein größtes Vorbild war immer 50 Cent. Der ist mit dem Privatjet von Show zu Show geflogen. Das habe ich natürlich nicht gemacht. Man sollte gut mit seinem Geld umgehen, selbst wenn man viel hat.

Aber gefallen hat dir dieses Leben schon auch.
Das war eine Phase, die ich mir selbst nicht übel nehme. Ich komme von nix, hatte relativ schnell etwas, mag schöne Sachen und war dann auch ein bisschen im Rausch. Da habe ich viel ausgegeben und ein richtiges Rockstarleben gelebt. Ich brauchte einmal diese Sättigung, jetzt gucke ich viel klarer auf die Sachen.

Jetzt passt Nader auf.
Er ist wie ein Papa, der seine Hand über mich hält. Er macht die Big Deals und Finanzen. Er spielt eine wichtige Rolle in meinem Leben. Er berät mich.

Unternehmerisch hast du letztes Jahr einen großen Schritt gemacht, als du mit der Kette „Loco Chicken“ in den Fast-Food-Markt eingestiegen bist. Was genau ist deine Funktion bei „Loco Chicken“? Triffst du unternehmerische Entscheidungen, fungierst du als Investor oder als Testimonial?
Alles ein bisschen. Javier und ich wollten schon immer Chicken machen, die Idee war immer da. Dann ist Javier auf Nono gestoßen, der ein Start-up im Bereich Food Delivery aufbaut. Die haben uns in die Küche des Berliner Reichstags eingeladen, was ich schon mal geil fand. Da haben die uns ihre Idee erklärt. Ich habe mir angeschaut, wie das Ganze aussieht, das Logo, die Farben. Was will ich verkörpern? Mit dem laufenden Business und geschäftlichen Entscheidungen habe ich nichts zu tun. Ich bin für das Kreative verantwortlich, für die Marketingideen. Das läuft alles top. Mein Telefon klingelt nur, wenn etwas schiefläuft.

Es gehört in Deutschland zum Business-modell erfolgreicher Musiker:innen, Produktlinien zu launchen, etwa Köfte, Tiefkühlpizza, Eistee oder Kosmetika. Auch du bist jetzt Unternehmer und Künstler. Steht nicht das eine dem anderen im Weg?
Nicht wenn man Aufgaben abgibt. Allein mit meinem Team könnte ich das nicht stemmen, weil ich immer noch sehr viel selbst mache: Instagram, TikTok, Promo-Pläne, ich konzipiere meine Videos. Mir kommen viele geniale Ideen, da stört es mich überhaupt nicht, nebenbei noch ein anderes Business zu machen. Die Musik ist mein Motor, und da gibt es noch viele Wege, die ich gehen kann.

Du warst in Deutschland der Erste, der mit Drill-Rap Erfolg hatte, also einem ultraharten Genre, das vom Leben auf der Straße, vom Ghetto, von Gewalt zwischen Gangs erzählt. Du bist unter schwierigen Verhältnissen in Berlin-Hohenschönhausen aufgewachsen, inzwischen aber auch im bürgerlichen Sinne zu großem Wohlstand gekommen. Du bist heute im Rolls-Royce zum Interview gekommen und fliegst mit Privatjets in den Urlaub.
Haha, ja, schon krass, oder?

Stellt ein Leben im Luxus einen Drill-Rapper nicht vor ein Glaubwürdigkeitsproblem?
Nein. Ich rappe immer darüber, was ich wirklich erlebe. Zum Glück habe ich nie Drogen verherrlicht. Gewisse Probleme habe ich aber auf der Straße erlebt, und darüber habe ich gerappt. Als die Musik angefangen hat zu funktionieren, hatte ich bestimmte Probleme nicht mehr, aber ich habe immer noch von meinen Erinnerungen gelebt. Ein, zwei Jahre vorher war ich noch am Block an der Corner mit meiner Jackie-Dose. Das geht so schnell nicht aus dir raus. Dieses ständige Räuber-und-Gendarm-Spiel, auf der Hut sein, das macht was mit dir. Das formt deinen Charakter. Ich habe über meine Memorys von der Straße gerappt. Irgendwann war das wie eine Klamotte, in die man reinwächst. Die Flecken sind weggegangen. Dann habe ich mir Luxus gegönnt, war viel im Urlaub – und das hat man auch in meiner Musik gehört.

Manche Fans vermissen den rauen Luciano von früher.
Natürlich gibt es Fans von ganz früher, die sagen: Hey, warum rappt der jetzt nur noch über das und das? Aber das blende ich aus, weil ich mich als Person nicht verfälschen will. Ich bin einfach nicht mehr auf der Straße und deswegen rappe ich auch nicht mehr über die Straße. Ich rappe über bleibende Schäden: In Songs wie „Time“, wo ich emotional werde und vielleicht Leute motiviere, die immer noch unter solchen Umständen leben, etwas zu verändern.

Willst du ein Vorbild sein?
Ich bin der Typ Rapper, der begriffen hat, dass die Straße nix Gutes ist. Ich möchte nicht derjenige sein, der einem 14- oder 17-Jährigen in den Kopf setzt, dass die Probleme, die ich auf der Straße erlebt habe, cool sind und dass er die gleichen Probleme braucht, um cool zu sein. Ich sehe mich heute eher als Motivation. Meine Kredibilität ist vom Block. Das sieht man auch noch in meinem Gesicht, in manchen Blicken von mir. Aber wir wurden für etwas anderes erschaffen, als immer in diesem depressiven Loch zu sein. Die Straße, wo ich herkomme, das sind immer Ängste, Sorgen, Hunger, traurige Eltern, Angst vor Mitmenschen, man ist nicht sozial. Das sind alles keine coolen Werte.

Wie bleibst du heute im Austausch mit der jüngeren Generation?
Ich gehe ja nicht nur ins Frischeparadies, sondern hole mir auch mal meinen Ziegenkäse aus dem Edeka und komme mit Fans ins Gespräch. Ich gehe nicht mit 18 Securitys raus, sondern ganz normal in Berlin auf die Straße. Ich bleibe nahbar, mich kriegst du auch immer für ein Foto, für Small

Sakko
Amiri

Hemd & Hose
Emporio Armani

Ring
Versace

Fotos: Marius Knieling

Styling: Léon C. Romeike

Grooming: Reza Hair

Licht-Assistenz: Leon Grunau, Radek Piskorz

Casting: Franziska Sölch

Als die Musik angefangen hat zu funktionieren, hatte ich bestimmte Probleme nicht mehr, aber ich habe immer noch von meinen Erinnerungen gelebt. Ein, zwei Jahre vorher war ich noch am Block an der Corner mit meiner Jackie-Dose. Das geht so schnell nicht aus dir raus. Dieses ständige Räuber-und-Gendarm-Spiel, auf der Hut sein, das macht was mit dir.

Talk. Außerdem bin ich hellhörig, sehe alles, höre alles, habe Freunde und Familie, es sind überall Jugendliche.

Welche Musik aus Deutschland hat dich in letzter Zeit begeistert?
Sosa La M und Yc. Ich finde die einfach fresh. Sie verkörpern die coole deutsche Musikszene und haben Gewicht, die können Deutschland musikalisch international tauglich machen. „Head n' Shoulders" von Yc geht auf TikTok auf der ganzen Welt viral, das ist Zeitgeist. Ich war mit denen im Studio, wir haben zusammen einen Song gemacht. Das sind Künstler, die wie ich afrikanische Wurzeln haben. Natürlich kann ich mich damit identifizieren, aber die führen mir Dinge vor Augen, die ich noch gar nicht gesehen habe. Als Schwarze Künstler sagen die mir: „Du warst der Pionier. Du hast die Tür aufgemacht." Als ich angefangen habe zu rappen, waren die 14 oder 15 und in der Schule. Das hat mich komplett geflasht.

Was sind deine Pläne für das Jahr 2025?
Ich will auf jeden Fall nach Asien, das könnte meinen Horizont als Künstler erweitern. Wir kriegen hier nur gefiltert mit, wie die da leben. Seoul, Shanghai, Tokio – von der Ästhetik her liebe ich das. Ich liebe auch die Kirschbäume in Japan, wenn die so rosa aufblühen. Ich hab voll den Fetisch dafür, es gibt mir ein friedliches Gefühl. Ich weiß nicht, warum. Bei meiner zukünftigen Tour will ich ein komplettes Bühnenbild in dieser Kirschblüten-Ästhetik haben.

Was ist der größte Luxus, den du mit deinem Geld nicht kaufen kannst?
Gesundheit. Das würde jetzt jeder sagen, aber das hat ja auch einen Grund. Wenn die Gesundheit nicht mitspielt, bringt dir dein Fame nichts, und dann kannst du nirgends hinfliegen.

Aber mit Geld kann es einfacher sein, gesund zu bleiben.
Es kommt auf dich als Mensch an. Ich nehme zum Beispiel keine Drogen. Ich verabscheue sie, weil meine Psyche mir viel zu wichtig ist. Gerade am Anfang meiner Karriere hatte ich Panikattacken wegen der Pressure und dem Umgang mit den Problemen, die ich auf der Straße erlebt habe. Deswegen habe ich mich früh mit meiner Psyche auseinandergesetzt und großen Respekt vor Drogen. Natürlich habe ich in L. A. mal an einem Joint gezogen, ich trinke gerne ein Glas Wein. Aber ich gehe damit sehr vorsichtig um. Ich mache gerne Party, aber baue meine Pausen ein, ernähre mich gut, gehe zum Sport.

Es gehört eigentlich nicht zum Männlichkeitsbild von Rappern, sich schon als junger Mensch mit der eigenen Psyche zu beschäftigen.
Bei mir hat das mit 19 angefangen, als ich anfing, Cannabis zu konsumieren. Jeder Junge probiert das, aber ich habe schnell Panikattacken bekommen und wusste nicht, was das ist. Fünf-, sechs-, vielleicht sogar zehnmal, weiß ich nicht, bin ich ins örtliche Krankenhaus gegangen. Das war eine sehr schwere Zeit in meinem Leben. Damals hatte ich einen Freund, Nimar, seine Eltern waren Mediziner, und der hat mir geholfen. So habe ich gelernt, damit umzugehen, und dass das ein Teil von mir ist. Das kommt, wenn ich zu wenig schlafe, wenn ich zu viel Stress habe oder durch die Traumata aus meiner Kindheit.

Kannst du mehr darüber erzählen?
Ich habe gute Eltern, die sehr stolz auf mich sind. Aber ich habe nicht so viel Liebe mitbekommen.

Weil deine Eltern zu viel gearbeitet haben?
Mein Vater hat viel gearbeitet und war schon auch gut streng. Meine Mama ist von Grund auf eine gute Person. Das sehe ich auch daran, wie sie meine jüngeren Schwestern heute großzieht. Aber als ich Teenager war, war sie ein bisschen kalt. Umarmungen gab es nur zum Geburtstag und zu Weihnachten. Das sind so Sachen, die man erst im Alter erkennt. Jeder Mensch auf der Welt braucht Liebe, aber kaufen kannst du sie dir nicht.

Wie begegnest du deinen Kindheitstraumata?
Das ist ein Prozess. Ich lese Bücher und versuche, mehr darüber zu verstehen. Früher habe ich die Fehler in anderen gesucht, in meiner Mutter, in meinem Vater. Aber ich habe damals nicht verstanden, was verzeihen bedeutet. Mir ist jetzt erst bewusst geworden, dass man nicht nur seinen Kopf ausschaltet und geradeaus rennt. Irgendwann holt dich das ein. Erst waren es Panikattacken, die ich nicht verstanden habe, dann habe ich die Panikattacken erkannt, dann kamen sie nur noch in bestimmten Phasen. Erst nach und nach habe ich verstanden, was mich auf diesen Film bringt und dass ich meiner Vergangenheit verzeihen muss. Erst wenn man das gelernt hat, weiß man, wie man die Panik vermeiden kann. Vielleicht sollte ich mich auch mit jemandem zusammensetzen und über mich selbst reden, um mit dem Kapitel abzuschließen.

Auch das ist ein Bekenntnis, das man von Männern selten hört, zumal in der Welt des Hip-Hops.
Ich finde, Stärke liegt genau darin, seine Schwächen zu erkennen. Ein Mann, der einfach durch die Wand läuft, ist kein starker Mann. Soldaten, die einfach in die Front rennen, fallen als Erste. Jemand, der mit der richtigen Taktik ans Ziel kommt, den finde ich viel männlicher als jemanden, der mit seinen Muskeln prahlt. Wenn ein Mann über seine Schwächen sprechen kann, heißt es, dass er schon einen Weg gegangen ist. Das ist Stärke.

Gibt es etwas, wovor du Angst hast?
Ich habe immer noch Angst vorm Versagen. Mit der Musik. Javier sagt nach jedem Album: „Hey, du musst jetzt mal Urlaub machen." Dann fliege ich auf die Malediven, habe da eine Villa im Wasser, mir geht es komplett gut. Ich sitze da, genieße die View, und dann kann ich nicht entspannen, weil ich denke: O. k., das und das will ich haben, bis ich hundert Jahre alt bin. Aber was ist, wenn das nicht klappt? Große Angst zu versagen. Immer.

Ulf Pape *ist Senior Culture Editor bei* GQ.

WIE DIE BUNTEN REGALE DIE GRAUEN

TEXT VON NOAH JOHNSON

WIE DER EINST GESTRIG ANMUTENDE SPEZIALIST FÜR BÜROMÖBEL

WOHNUNGEN DER MILLENNIALS ÜBERNEHMEN

REGALE IN KUNSTWERKE VERWANDELT.

ILLUSTRATIONEN VON CHRIS PANICKER

WIR ALLE KURATIEREN.

Es ist das, worum es in der modernen Welt des Stils geht: um Sammlungen von Dingen, die auf die richtige Weise arrangiert werden. Wir tun es, wenn wir uns dafür entscheiden, bestimmte Stücke miteinander zu kombinieren, mit den Möbeln und Gegenständen, mit denen wir unsere Wohnungen füllen, an unserem Arbeitsplatz, mit dem Auto, das wir fahren, und sogar mit dem Essen, das wir im Restaurant bestellen. Auf diese Weise bringen wir unseren Geschmack, unsere Persönlichkeit, unsere Identität zum Ausdruck. Wir kuratieren, was wir auf Social Media sehen möchten, wir überlegen, in welcher Reihenfolge wir welche Bilder teilen, wie unsere Instagram-Story aussehen soll, wem wir auf YouTube oder Twitch folgen, ändern den Hintergrund unserer Zoom-Calls. Ob es nun das Pinterest-Moodboard ist oder die Kollektion eines Modehauses, ob im Kleinen oder Großen – wir kuratieren und schaffen damit eigene Welten.

Wenn Olivia Kim und ihr Mann Alex Dymond ihre eigene Welt kuratieren, setzen sie dabei auf das robuste Möbelbausystem von USM Haller, das in der Schweiz entwickelt wurde. Sicherlich sind auch Sie schon mit den Möbeln von USM Haller in Berührung gekommen, auch wenn Sie den Namen noch nicht gehört haben. Vielleicht haben Sie Bilder der Schränke in Magazinen oder bei einem Spaziergang durch die Stadt in den Architekturbüros gesehen, die sich in ehemaligen Ladenräumen eingerichtet haben, in einem Café mit minimalistischem Interieur und schlichter Karte oder vielleicht in einer Buchhandlung, die mit moderner Inneneinrichtung hervorsticht. Vielleicht haben die Algorithmen der sozialen Medien Sie mit Videos von Interieur-Enthusiast:innen versorgt, die ihr olivgrünes USM-Haller-Regal aufbauen, es hinter dem obligatorischen Togo-Sessel von Ligne Roset aufstellen und darauf Coffee Table Books neben hohen Vasen platzieren. Dabei handelt es sich um ein Design, das unverwechselbar ist und sich doch an seine Umgebung anpassen kann.

Kim ist Senior Vice President of Creative Merchandising bei der US-amerikanischen Kaufhauskette Nordstrom, Dymond ist freiberuflicher Modedesigner, der mehr als zehn Jahre lang für Supreme entworfen hat. Berufe also, die einen außergewöhnlichen Geschmack voraussetzen. Die beiden gehören zu der Art von Menschen, die man um Rat fragen würde, wenn man nach einem neuen Möbelstück sucht. Beide begannen vor 15 Jahren damit, Möbel des Schweizer Herstellers für ihre Wohnung in New York zu kaufen. Heute leben sie mit ihrer fast siebenjährigen Tochter in Seattle. Im Hintergrund ihres Zoom-Call-Fensters sieht man die gelben, bis zur Decke reichenden USM-Regale, gefüllt mit Büchern über Kunst und Mode. In weiteren USM-Schränken verstaut das Paar Kleidung und Technik. Ein System, das durch seine Flexibilität den wechselnden Bedürfnissen der Familie gerecht wird. „Wir haben es immer geschätzt, weil es so einfach ist“, so Kim. „Es ist ein Qualitätsprodukt, in dem man all seine schönen Dinge unterbringen und aufbewahren kann. Es war nie dazu gedacht, als Objekt für sich zu stehen. Die Dinge, die uns am Herzen liegen und die wir sammeln – Bücher, Keramik, Sachen, die unser Kind für uns gemacht hat –, all das hat einen Wert, man verbindet es mit einem Gefühl. Man möchte all das auf einem Möbelstück platzieren, das diesen Dingen dieselbe Ehrfurcht entgegenbringt.“

Diese Ehrfurcht speist sich aus der 140-jährigen Geschichte des Unternehmens, dem prestigeträchtigen architektonischen Stammbaum des Möbelsystems und seinem aktuellen Status als begehrlichem Einrichtungsgegenstand. Sie könnte jedoch auch damit zusammenhängen, dass die Möbel von USM Haller einem komplizierten Puzzle gleichen. Die Stücke des Hauses setzen sich aus Stahlrohren und verchromten Messingkugeln zusammen, die sie miteinander verbinden. Die Paneele sind in der Regel aus Blech gefertigt, man kann zwischen 15 verschiedenen Farben wählen, darunter vier matte Grautöne sowie Rubinrot, Goldgelb und Orange. Je nach Vorliebe lassen sich auch verschiedene Farben miteinander kombinieren. Es gibt kein vorgegebenes USM-Design; vielmehr lassen sich die Türen und Schubladen zu einer endlosen Reihe von Regalen, Schreibtischen, Tischen, Schränken oder anderweitigen Möbelstücken konfigurieren. Eine kostspielige Angelegenheit – so liegt ein Sideboard mit neun Fächern und Türen bei etwa 5000 Euro. Und die Preise steigen stetig an.

Obwohl das System modular ist, lassen sich zusätzliche Teile nur mithilfe des USM-Personals anbringen. Wenn Sie Ihr Sideboard in einen Couchtisch und zwei Beistelltische verwandeln wollen, lassen sich die Rohre und Kugeln nicht einfach herausschrauben, stattdessen bedarf es professioneller Unterstützung. Doch das ist das Engagement, das es braucht, um Teil der USM-Welt zu werden. Es sind diese nahezu exzentrisch anmutenden Komplikationen, die das System noch attraktiver wirken lassen. „Es ist schon seltsam zu hören, dass USM im Trend liegt“, sagt Kim. „Es klingt zwar, als wäre es wandelbar und anpassungsfähig, aber tatsächlich muss man sich erst einlesen, und spezielles Werkzeug braucht man auch.“ Werkzeug, das man im Übrigen nur in Deutschland bekommt. Es kostet also jedes Mal Geld, wenn man die Stücke neu zusammensetzen möchte.

USM WURDE im Jahr 1885 von Ulrich Schärer als Schlossereibetrieb gegründet, der sich auf die Herstellung von Fensterbeschlägen, Scharnieren und Blechen spezialisierte. In den 1960er-Jahren beauftragte Paul Schärer, der Enkel des Gründers, der das Unternehmen leitete, den einflussreichen Schweizer Architekten Fritz Haller mit dem Entwurf eines neuen Hauptsitzes für das Familienunternehmen in dem Schweizer Ort Münsingen. Haller arbeitete zu der Zeit an einem innovativen System für modulare Gebäude – an kostengünstigen Strukturen, die leicht demontiert werden konnten. Für USM entwarf er eine Fabrik und einen Büropavillon, doch Schärer war auch mit den Möbeln, die in dem Unternehmen standen, nicht zufrieden. Also bat er Haller, ihm bei der Entwicklung eines anpassungsfähigen Möbelsystems für die neuen Gebäude zu helfen. Das USM Möbelbausystem Haller war geboren und wird seither in nahezu gleicher Manier produziert wie damals. Die Anwendungsbereiche hingegen entwickeln sich stetig weiter.

„Im Jahr 2008 fand ein Umdenken statt, um USM in den eigenen vier Wänden zu etablieren", erklärt Jon Thorson, der CEO des nordamerikanischen Zweigs von USM, der diese Entwicklung auf die Rezession zurückführt. Sie zwang die Möbelhersteller dazu, neue Wege zu finden, um Privatpersonen zu erreichen, als die Firmenkund:innen weniger wurden. In den vergangenen Jahren sind die Regale in die Designsparte vorgedrungen und konkurrieren mit hochwertigen Klassikern wie dem wandmontierten Vitsœ-System von Dieter Rams. Doch das Markenimage von USM blieb so starr wie das System selbst – bis das Unternehmen begann, Partnerschaften mit Kunstschaffenden, Designer:innen und anderen Marken einzugehen. „Wir wollen Teil einer Gemeinschaft sein und zu mehr Dingen Ja sagen, als wir es in der Vergangenheit getan haben", sagt Thorson. „Wir sind viel spezifischer geworden und haben uns gefragt: Wie können wir mit unserem System so kreativ wie möglich sein? Welche Partner:innen können uns dabei auf unterschiedliche Weise helfen? Wir wollten zeigen, wie gut das System ist, indem wir talentierte Menschen dazu einladen, sich damit auszutoben."

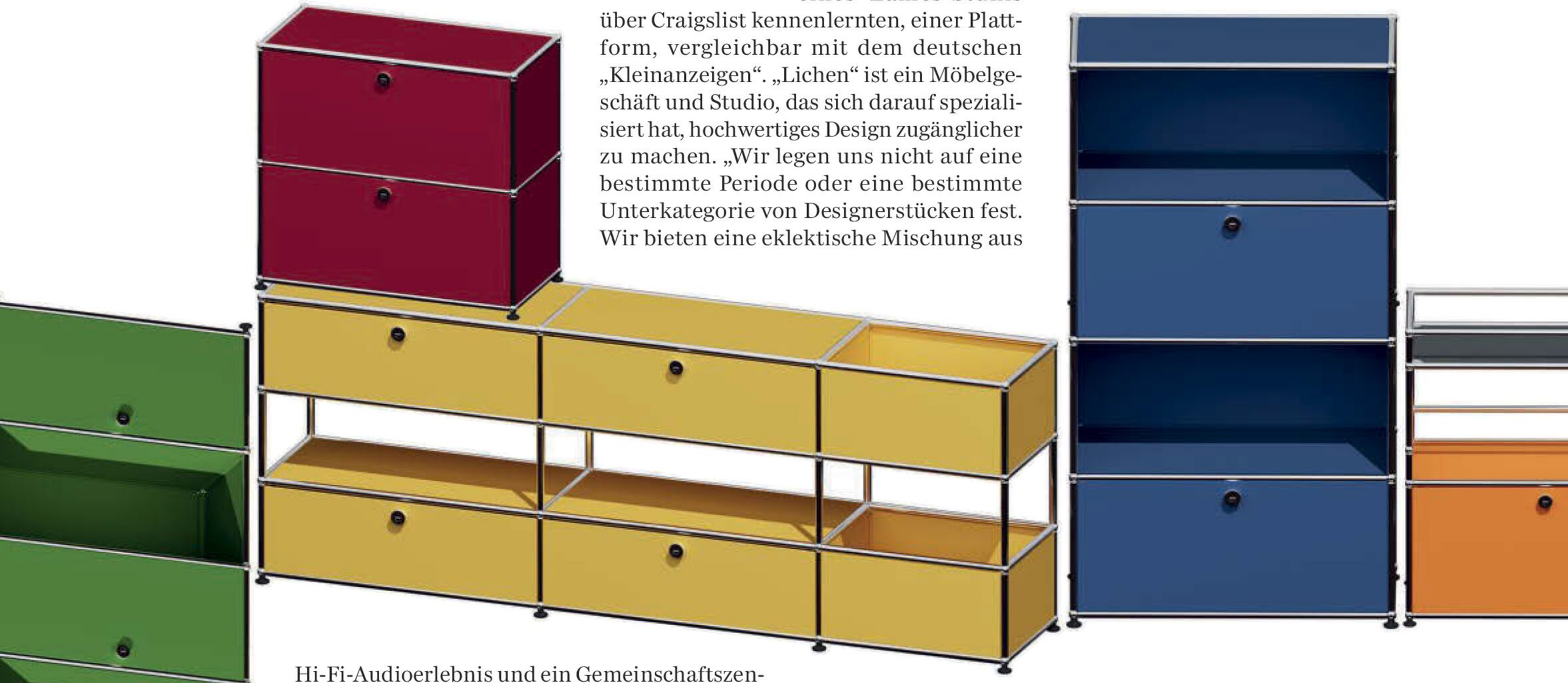
So konnte man zuletzt beobachten, wie das Unternehmen stetig in die Mode, die Welt des Designs und in die Kultur vordrang. Der Art Director des Magazins *Pin-up*, Ben Ganz, stapelte im Jahr 2022 eine Reihe Regale wie Türme und entwarf ein Tagesbett. Im selben Jahr wurden zwei unverkäufliche Prototypen des Schweizer Herstellers vorgestellt: ein Modell des Künstlers Daniel Arsham auf der Mailänder Designwoche und eine Kooperation mit dem ikonischen Kofferhersteller Rimowa, bei der die Platten der Regale mit den für das Unternehmen charakteristischen Rillen versehen wurden. Supreme brachte 2023 ein Sideboard mit USM heraus. Auch der Juwelier Bernard James und das französische Modelabel Coperni arbeiteten 2024 bei verschiedenen Projekten mit USM zusammen. Im Jahr 2023 entwarf das kulinarische Kollektiv Ghetto Gastro einen „Black Power Kitchen Cart", eine Art Speisewagen, der für mehr als 4000 Euro erworben werden konnte.

„ES IST SO SUBTIL, DASS JEMAND, DER ABSOLUT KEINE AHNUNG VON DESIGN HAT, VIELLEICHT NUR EINE WAND MIT REGALEN SIEHT. ES IST NICHT EXPLIZIT DEKORATIV. ABER ES LÄSST ALLES ORDENTLICHER UND KOMPAKTER WIRKEN." – Devon Turnbull

Doch die kulturelle Relevanz der Möbelsysteme reicht über die Produkte hinaus. In Newburgh, einer Ortschaft im Bundesstaat New York, liegt in einer unscheinbaren Nachbarschaft auf dem Hügel ein Juwel des modernen Designs aus der Mitte des vergangenen Jahrhunderts. Das Haus, von dem der Blick auf den Hudson River fällt, wurde von Philip Johnson entworfen, dem berühmten und umstrittenen Architekten des historischen Glass House in New Canaan, Connecticut, und 1949 erbaut. 2020 erwarben die Kreativdirektor:innen Jiminie Ha und Jeremy Parker das sogenannte Wolfhouse in baufälligem Zustand. Es wurde umfassend renoviert, bevor es 2023 als Kunstraum und für Kurzzeitvermietungen wiedereröffnet wurde. Anhand von Grundrissen, die sie in der Architektur-Bibliothek der Columbia University gefunden hatten, konnten Ha und Parker das Gebäude in seinen ursprünglichen Zustand zurückversetzen. Nur in einem Raum wichen sie von den Plänen ab: Die Küche wurde in Zusammenarbeit mit USM renoviert. Alle Materialien, die bei der

Renovierung übrig geblieben waren und wiederverwertet werden konnten, wurden für den Bau von maßgefertigten Schränken und Regalen benutzt. Es ist eines der auffälligsten Merkmale des gesamten Projekts und dient als Beispiel dafür, wie vielseitig anwendbar die Regale des Schweizer Herstellers sein können.

Doch das Kronjuwel des gemeinschaftsbasierten Ansatzes von USM ist der Raum, der 2023 von dem Künstler und Toningenieur Devon Turnbull im New Yorker Showroom des Unternehmens eingerichtet wurde. Der „Ojas Listening Room" befindet sich in einem historischen Gebäude der Gusseisenarchitektur in SoHo, das seit 2001 im Besitz von USM ist, und beherbergt Kunstinstallationen, ein



Hi-Fi-Audioerlebnis und ein Gemeinschaftszentrum. An Samstagen kann die Öffentlichkeit eine von Turnbulls Listening Sessions erleben, die er mit ähnlichen Installationen in Museen und Galerien auf der ganzen Welt veranstaltet. In dem Raum befindet sich ein riesiges, vom Boden zur Decke reichendes Regal mit Schallplatten, Büchern und Hi-Fi-Anlagen. Auf dem Boden stehen maßgefertigte USM-Ständer und Wagen mit den brutalistischen Lautsprechern, handgefertigten Verstärkern und Plattenspielern des Tonkünstlers, alles ist in Grau gehalten. „Es geht nicht wirklich um die Produkte", erklärt Thorson. „Es geht vielmehr um den Raum. Darum, einen langweiligen Raum in ein wirklich schönes Erlebnis zu verwandeln."

Turnbull, der sich selbst als großen Designfreak bezeichnet, erzählt, dass er lange Zeit Fan des Herstellers war, bevor er schließlich vor ein paar Jahren ein großes USM-System in seinem Heimstudio in Brooklyn installieren ließ. „Es hat mein ganzes Studio aufgewertet. Die Sachen sind wirklich wunderschön", sagt er. „Die Ästhetik unterscheidet sich stark von meiner Arbeit, aber gleichzeitig ähneln sie sich auch. Beides ist auf Zweckmäßigkeit ausgerichtet und sorgfältig ausgearbeitet. Es ist so subtil, dass jemand, der absolut keine Ahnung von Design hat, vielleicht nur eine Wand mit Regalen sieht. Es ist nicht explizit dekorativ. Aber es lässt alles ordentlicher und kompakter wirken. Das erklärt auch die Anziehungskraft, die diese Möbel auf Museen und Architekturbüros ausüben."

Turnbulls Zusammenarbeit mit Thorson und USM hatte ein simples, ganz offensichtliches Ziel: Sie wollten zeigen, wie gut sich die individuell auswählbaren Abmessungen der Regale für die Präsentation von Schallplatten und Stereoanlagen eignen. „Daraus wurde dann etwas viel Größeres und kulturell Bedeutsames. Das Konzept, einen Pausenraum für die kreative Gemeinschaft in der Stadt zu schaffen, hat sich bewährt", erklärt Turnbull.

TURNBULLS HÖRRÄUME haben Plattensammler:innen und Audiophile auf die Möbelsysteme von USM aufmerksam gemacht; Möbel- und Designliebhaber:innen haben die mit Stahlrohren verbundenen Blechplatten vermutlich schon in kuratierten Vintage-Läden gesehen. Solch einen gibt es auch in Queens, New York. Der Laden „Lichen" wurde 2017 von Ed Be und Jared Blake gegründet, die sich beim Kauf eines Eames-Stuhls über Craigslist kennenlernten, einer Plattform, vergleichbar mit dem deutschen „Kleinanzeigen". „Lichen" ist ein Möbelgeschäft und Studio, das sich darauf spezialisiert hat, hochwertiges Design zugänglicher zu machen. „Wir legen uns nicht auf eine bestimmte Periode oder eine bestimmte Unterkategorie von Designerstücken fest. Wir bieten eine eklektische Mischung aus alten, neuen, individuellen und lokalen Sachen an. Das Konzept ist, eine Auswahl an Möbeln zu kuratieren und zu möglichst günstigen Preisen zu verkaufen." USM passte dort perfekt hinein. „Es handelt sich um einen soliden Wertgegenstand, weil er nicht nur einen hohen Wiederverkaufswert hat, sondern auch qualitativ sehr hochwertig ist."

Jahrelang gehörten gebrauchte USM-Stücke zu den beliebtesten Artikeln im Sortiment des New Yorker Gebrauchtwarenladens. 2019 wurde „Lichen" zu einem autorisierten Einzelhändler, bei dem man seither auch neue USM-Stücke konfigurieren und bestellen kann, die sechs bis acht Wochen nach Bestellung versandt werden. Laut des USM-CEO Jon Thorson ist es natürlich schön, wenn neue Stücke bestellt werden, doch das sei es auch, dabei zuzusehen, wie gebrauchte Regale und Sideboards in Umlauf gebracht werden. „Der Secondhandmarkt explodiert. Es macht wirklich Spaß, weil man darin das Ethos der Marke spürt. Es geht um Nachhaltigkeit, Wiederverwendung und echte Modularität. Das ist für viele unserer jüngeren Kund:innen und Menschen, die ihr erstes USM kaufen, ein wichtiger Einstiegspunkt. Es könnte etwas sein, das sie über den Store oder Facebook Marketplace kaufen. Und das ist großartig. So sollte es auch sein", sagt er.

Ein weiterer Grund dafür, warum Thorson den Wiederverkaufsmarkt noch schätzen dürfte, ist, dass sich die Stücke von USM erweitern lassen. Das heißt, dass viele das Regal, das sie gebraucht gekauft haben, irgendwann erweitern wollen – und das dann im Laden tun. Es ist ein System, das süchtig macht. Wie Kim bereits beschrieb, braucht man dafür spezielles Werkzeug, das man nicht einfach im Baumarkt bekommt und das USM nicht zum Verkauf anbietet. Außerdem ist ein vollständig montiertes Regal schwer – sehr schwer. Das bedeutet, dass Sie einen Techniker beauftragen müssen, der zu einem hohen

BILDER: COURTESY OF THE BRAND.

„ES WAR NIE DAZU GEDACHT, ALS OBJEKT FÜR SICH ZU STEHEN. DIE DINGE, DIE UNS AM HERZEN LIEGEN, DIE WIR SAMMELN […]. MAN MÖCHTE ALL DAS AUF EINEM MÖBELSTÜCK PLATZIEREN, DAS DIESEN DINGEN DIESELBE EHRFURCHT ENTGEGENBRINGT.“ – Olivia Kim

Stundenlohn zu Ihnen nach Hause kommt, um die Arbeit für Sie zu erledigen. Der in New York lebende Kevin Kay hat darin eine Marktlücke gesehen.

Kay betreibt den Instagram-Account @USMcustom und hat sich im Big Apple zum Profi für die Konfiguration von USM-Stücken entwickelt. Die steigende Popularität von USM, die Verlockung der endlos scheinenden Möglichkeiten, die jedes Stück mit sich bringt, und die Komplikationen, die mit ihrer Realisierung einhergehen, befeuern sein Geschäft. In einem Lagerhaus in Brooklyn mietet er zwei große Einheiten und unterhält eine behelfsmäßige Werkstatt. Beide Räume stehen voller USM-Möbel in allen erdenklichen Farben. Kay begann vor etwa zehn Jahren damit, große Mengen aufzukaufen, als man diese noch zu günstigen Preisen aus zweiter Hand erwerben konnte. Er experimentierte mit eigenen Designs, behielt einige Stücke für sich und verkaufte andere. Bei ihm gab es Teile, die sonst nirgendwo verfügbar waren, bei USM selbst musste man mit einer Vorlaufzeit von vier Monaten bestellen. Zudem lagen seine Preise etwa 15 bis 20 Prozent unter denen im Einzelhandel. Als die Auswirkungen der Pandemie zu spüren waren, wuchs die Nachfrage. Viele Leute begannen, sich ihren Arbeitsplatz in den eigenen vier Wänden einzurichten und hatten mehr Zeit, sich auf ihr Zuhause zu konzentrieren. „Eines führte zum anderen“, sagt Kay, „und jetzt hört mein Telefon nicht mehr auf zu klingeln.“

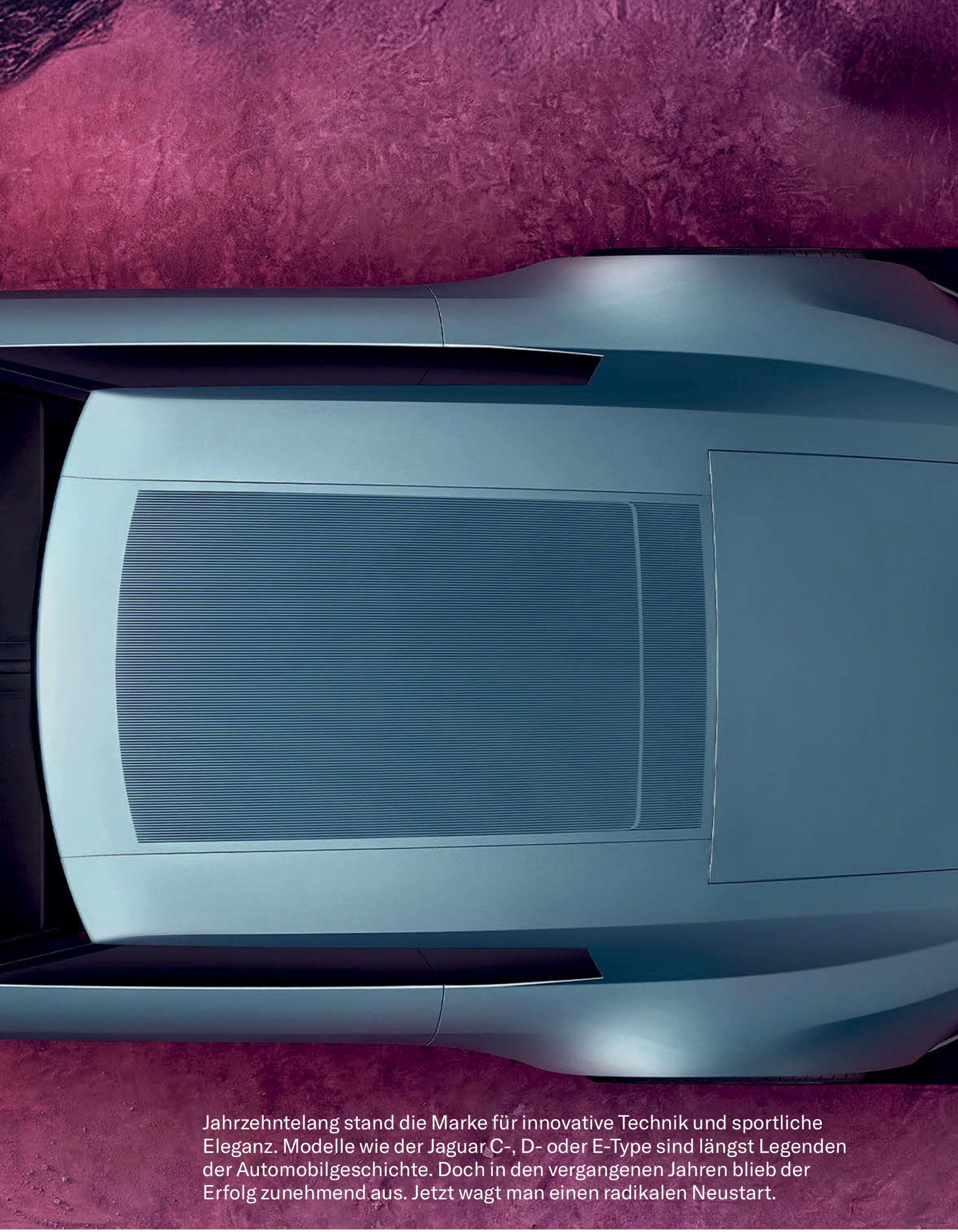
USM LÄSST SICH keinem aktuellen Designtrend zuordnen. Wenn überhaupt, kann man es mit der modernen Mid-Century-Ära in Verbindung bringen, die schon seit „Mad Men“ nicht mehr als cool gilt. Chrom und bunte Farben passen nicht unbedingt in die moderne Welt in Beigetönen und zurückhaltendem Grau, in der viele Millennials sich eingerichtet haben. Doch wenn man den Algorithmen der derzeit dominierenden sozialen Medien traut, so handelt es sich bei USM selbst um eine Art anomalen Trend. Das System funktioniert unabhängig von kurzfristig präferierten Ästhetiken, es ist zeitlos und lässt sich spielerisch in die Atmosphäre nahezu jedes Raumes integrieren. Ein Möbelsystem der Schweizer Firma eignet sich zudem hervorragend, um den eigenen anspruchsvollen Geschmack zu demonstrieren. „Es ist derselbe Typ, der über seine Hi-Fi-Anlage, seinen Fellow-Wasserkocher und seinen Rimowa-Koffer spricht“, sagt Dan Mahboubian Rosen, ein Comedian, der auf TikTok Millionen von Likes für seine Videos bekommt, in denen er Einrichtungsstile verschiedener Wohnungen kommentiert. Mit anderen Worten: USM verstärkt und ergänzt andere Arten von Design- und Objektfetischismus. Zudem seien die Regale und Sideboards immer häufiger in Geschäften und Cafés zu sehen, „die den Leuten vermitteln wollen, dass sie immer auf dem Laufenden und total designorientiert sind“.

Es ist die Konvergenz vieler verschiedener Welten, die USM gerade jetzt interessant macht. Hypebeasts, Sneakerheads, Design-Snobs, Architekturnerds und Modeinteressierte, Technikfreaks und Hi-Fi-Enthusiast:innen – sie alle sind verrückt nach den Konstrukten aus Blechplatten, Stahlrohren und Messingkugeln. Letztendlich fällt USM in keine spezifische Kategorie. „Es ist einfach zu einem dieser zeitlosen Stücke geworden wie ein Eames-Stuhl oder eine Noguchi-Lampe“, sagt der Comedian Mahboubian Rosen über das Möbelsystem. „Es hält Trendwellen aus und passt zu allem. Man kann die Regale in einem Raum im Stil von Stanley Kubricks ‚2001: Odyssee im Weltraum‘ sehen, aber sie passen auch zu den grauen Böden der Millennials, zu den beschissenen Wohnungen, in denen wir alle leben müssen.“

NOAH JOHNSON *ist Global Style Director bei* GQ.
Adaptiert von ANGELIKA WATTA.

JAGUAR 2.0

TEXT VON
LAURA BÄHR



Jahrzehntelang stand die Marke für innovative Technik und sportliche Eleganz. Modelle wie der Jaguar C-, D- oder E-Type sind längst Legenden der Automobilgeschichte. Doch in den vergangenen Jahren blieb der Erfolg zunehmend aus. Jetzt wagt man einen radikalen Neustart.

Wie gelingt es einem mehr als hundert Jahre alten Autohersteller, sich komplett neu zu erfinden? Indem er sich von vielem trennt, was war – und zwar rigoros. So lautet zumindest der Plan von Jaguar. Vom Design-Grundsatz über das Verkaufsprofil bis zur Markenidentität: So, wie viele das Unternehmen bislang kannten, existiert es nicht mehr. Britisches Understatement und filigrane Formen? Waren gestern. Mit einer komplett neuen, ungewöhnlich lauten und ganz auf das Luxussegment ausgerichteten Markenstrategie will sich Jaguar in ein neues Zeitalter und zurück in die Köpfe der Menschen katapultieren. Kann das gelingen?

DIE GESCHICHTE VON JAGUAR beginnt im Jahr 1922 in Coventry, einer Stadt im Herzen Englands, die damals das Zentrum der britischen Automobilindustrie war. 1935 präsentierte man den SS Jaguar 100, ein Sportcoupé, das durch seine Eleganz und Leistungsfähigkeit auffiel. Das Modell stellte die Weichen für Jaguars zukünftige Ausrichtung als Hersteller von Luxusfahrzeugen mit sportlichem Charakter. Den Markennamen wählte man aufgrund der Assoziation mit der Stärke und Eleganz der gefleckten Großkatze; er sollte sich bald als Markenzeichen für Qualität etablieren. Modelle der XK-Serie machten Jaguar nach und nach international bekannt und führten zu Siegen bei prestigeträchtigen Rennen wie den 24 Stunden von Le Mans. In den 1960er-Jahren erlebte das Unternehmen seine Blütezeit. Damals präsentierte es eines seiner bis heute bekanntesten Modelle: den Jaguar E-Type. Der Sportwagen mit markant geschwungener Karosserie und bahnbrechender Technik wurde zum Inbegriff für britischen Luxus und Fahrspaß. Das Fahrzeug erlangte Kultstatus und soll von keinem Geringeren als Enzo Ferrari als „das schönste Auto der Welt“ bezeichnet worden sein. Trotz des weltweiten Erfolgs geriet Jaguar in den folgenden Jahrzehnten immer wieder in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Der Wettbewerbsdruck wuchs, und die Zeiten, in denen man sich auf einem ikonischen Design ausruhen konnte, waren irgendwann vorbei. Als in jüngster Vergangenheit E-Mobilität, Nachhaltigkeit und technische Innovationen zu Schlüsselfaktoren der Branche wurden, musste man sich eingestehen, den Anschluss verpasst zu haben. „Jaguar musste radikal neu gedacht werden, weil es – und da müssen wir ganz ehrlich sein – in den vergangenen 20 Jahren nicht erfolgreich war“, so Gerry McGovern, Chief Creative Officer der Holding JLR (Jaguar Land Rover). „Es ging darum, etwas Einzigartiges, Neues zu schaffen, anderenfalls würde die Marke in Zukunft nicht mehr existieren. Wir waren zu konformistisch und haben uns in Geschäftsstrategien verloren, die auf die Konkurrenz und mehr Volumen statt auf Begehrlichkeit und Markenwert abzielten.“ Ein Neustart schien also unausweichlich. Doch wie führt man eine derart geschichtsträchtige Marke in eine neue Ära?

DAS REBRANDING EINER IKONE

Das Leitmotiv des Neustarts stand bald fest: „Copy Nothing“. Jaguar 2.0 – das sollte ein Original sein, einzigartig und unkonventionell. McGovern geht sogar noch einen Schritt weiter: „Mir war es wichtig, zu Beginn erst mal keine Fahrzeuge zu zeigen, sondern eine Markenwelt zu etablieren. Ich wollte, dass sich die Leute fragen: Ist das überhaupt eine Automobilmarke? Denn wir wollen auf keinen Fall wie eine typische Automarke auftreten, sondern wie eine Luxus-Brand.“ Der erste Imagefilm zur Jaguar-Renaissance, der mittlerweile mehr als 170 Millionen Mal angesehen wurde, sorgte für Aufsehen. Er zeigt tatsächlich keine Fahrzeuge, sondern extravagante Models in bunten Outfits, dazu karge Landschaften und die neuen Leitlinien der Brand: „Create exuberant“, „live vivid“, „delete ordinary“, „break moulds“ und natürlich „copy nothing“. Die Kampagne polarisierte. Das Medienecho war enorm, der Shitstorm auch. Und Jaguar? Zeigte sich unbeeindruckt. „Es ist mir egal, wenn unsere Kampagne und unsere Fahrzeuge nicht allen gefallen“, so McGovern. „Ich freue mich sogar darüber, denn die Marke ist nicht für jede:n gemacht. Wenn man als Luxusmarke davon besessen ist, dass einen jede:r liebt, wird man scheitern. Mittelmäßigkeit ist der Todesstoß in diesem Geschäft. Wir müssen uns vor allem davor hüten, gewöhnlich zu werden.“ Als Bühne für den ersten großen Auftritt ihrer Fahrzeugstudie, die gleichzeitig die Richtung des neuen Designs weisen sollte, entschied sich die Brand für die Miami Art Week, eines der bedeutendsten Kunstevents, das jährlich im US-Bundesstaat Florida stattfindet. Man wählte den Anlass nicht ohne Grund: „Unsere Fahrzeuge sind für eine

„Mittelmäßigkeit ist der Todesstoß in diesem Geschäft. Wir müssen uns vor allem davor hüten, gewöhnlich zu werden.“

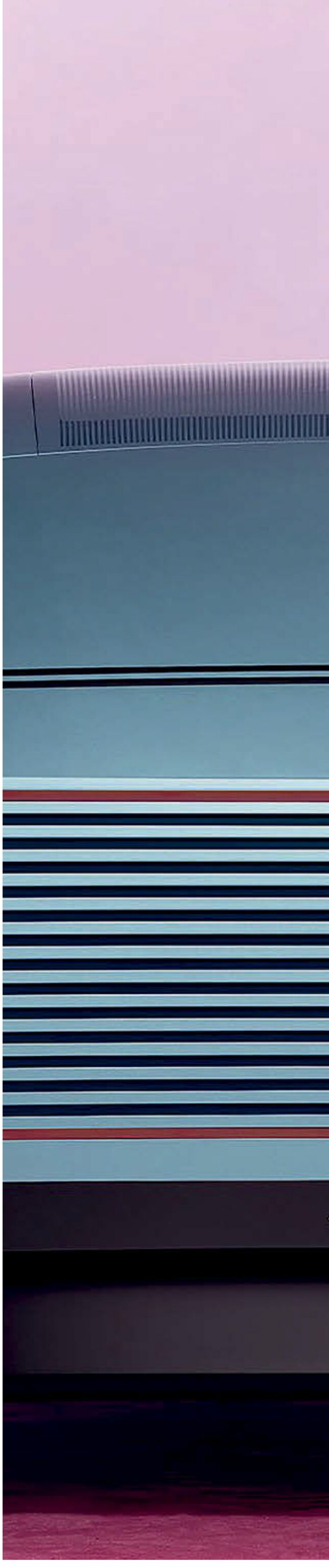
neue Welt gemacht und für eine ganz spezielle Kundengruppe konzipiert, die nicht nur Autos liebt, sondern sich auch für Kunst, Kultur und Kreativität interessiert.“

DER JAGUAR TYPE 00

Einen ersten konkreten Ausblick auf die Modelle der Zukunft sollte die Fahrzeugstudie „Type 00“ bieten, die sowohl in den Farben „Miami Pink“ als auch „London Blue“ präsentiert wurde. Die Bezeichnung „Type“ leitet sich hier, trotz des radikalen Neustarts, aus der Jaguar-Historie ab, diente sie doch vielen weltbekannten Modellen der Vergangenheit als Namensbestandteil. Die Nullen stehen für „zero emissions“ und damit für die Neuausrichtung der Produktfamilie der Marke. Denn auch Jaguar, lange Zeit gerade für seine Verbrennermotoren bekannt, hat sich nun der Elektromobilität verschrieben. Natürlich in radikal neuer Jaguar-Art: „Bald werden alle elektrisch fahren, aber das bedeutet nicht, dass wir der Elektro-Norm folgen müssen“, so Designchef Gerry McGovern. „Die Elektro-Norm bedeutet im Autodesign: ein kurzer Vorderwagen und ein langer, langweiliger Aufbau. Unsere Autos sind elektrisch, aber einzigartig und radikal im Design.“ Besonders auf der Gestaltung liegt der Fokus: Die neue JEA – Jaguar Electric Architecture – bietet die Grundlage für ein Gefährt mit einer Länge von mehr als fünf Metern, gewaltigen 23-Zoll-Rädern, ebenen Flächen und geraden Linien. Im Innenraum treffen unkonventionelle Materialien wie Bronze und Travertinstein auf eine traditionelle Stofflichkeit und eine durchgezogene Mittelkonsole auf Schulterhöhe. Genau dort befindet sich eine Vertiefung, in die ein sogenannter Totem eingelegt werden kann: ein Quader aus Messing, Travertin oder Alabaster, der das Fahrer:innenprofil mit Informationen etwa zu Lichtstimmung, Fahrmodus, Display-Design, Playlist und Duft-Surrounding enthält. Mit dem Platzieren des Objektes übernimmt das Auto die hinterlegten Einstellungen und bietet ein individuell abgestimmtes Umfeld. Aufbewahrt werden die Totems in einem Bronzekoffer, der unter einer Klappe am vorderen Kotflügel verstaut ist. Auf erste kritische Stimmen, die die Verwendung von Travertin – also Kalkstein – zur ungemütlichsten Idee der Innenraumgestaltung überhaupt kürten, reagiert McGovern folgendermaßen: „Das Konzeptfahrzeug sollte eine Art visuelle Sensibilität demonstrieren. Der Sitz sieht vielleicht auf den ersten Blick unkomfortabel aus, aber wenn man dann darin sitzt, ist er der bequemste der Welt. Es geht nicht um die aktuelle Perspektive, sondern um eine zukünftige Vision.“ Wie diese Vision in Zukunft konkret angetrieben wird, ist im Detail noch nicht bekannt. Gesetzt scheint: Die Reichweite liegt bei 770 Kilometern, während das Fahrzeug innerhalb von 15 Minuten für bis zu 321 Kilometer geladen werden kann. McGovern erklärt: „Wir haben noch nicht viel über die Technologie gesprochen, weil die Zielgruppe dieses Fahrzeugs die Technologie als sekundär ansieht. Wenn das Fahrzeug keine emotionale Persönlichkeit vermittelt, kann die beste Technologie der Welt nichts ausrichten. Es wird auf dem neuesten Stand der Technik sein, aber die Ingenieur:innen haben die Vision der Designer:innen umgesetzt, nicht umgekehrt.“ Ende 2025 soll das erste Serienfahrzeug der neuen Generation, ein viertüriger GT, enthüllt werden. Ohne springende Katze, dafür mit JR-Emblem auf Lenkrad und Felgen. Zu kaufen sein wird das Auto entweder in exklusiven Boutiquen oder über einen luxuriösen digitalen Auftritt. Denn neben der Produktpalette und Markenpositionierung wird sich auch das Erlebnis für die Kundschaft grundlegend verändern. „Wir werden in unseren Boutiquen anfangs keine Fahrzeuge zeigen“, so McGovern. „Das ist Teil der Geschichte, die wir erzählen. Es geht nicht nur um Autos, es geht darum, eine ganz neue Art Jaguar erlebbar zu machen.“ Es bleibt also noch eine Weile spannend.

„Wenn das Fahrzeug keine emotionale Persönlichkeit vermittelt, kann die beste Technologie der Welt nichts ausrichten.“

Laura Bähr *ist Senior Luxury Editor bei* GQ.



FOTOS: JAGUAR.

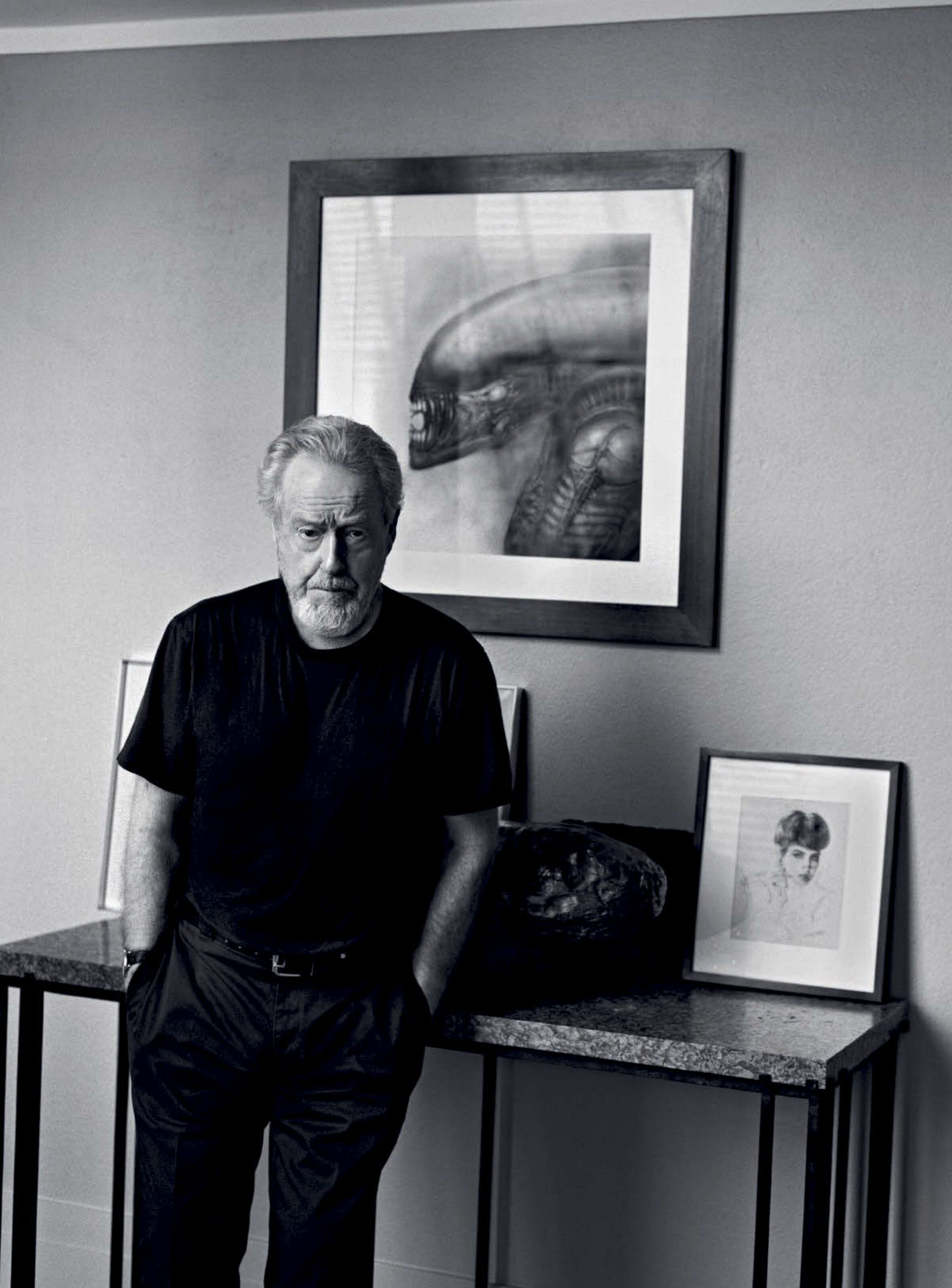
RIDLEY SCHAUT NICHT ZURÜCK

NIEMAND VERÖFFENTLICHT SO VIELE FILME MIT EINEM SOLCHEN SELBSTBEWUSSTSEIN WIE DAS **„GLADIATOR“-** UND **„ALIEN“-**MASTERMIND RIDLEY SCOTT.

DABEI KÜMMERT ES DEN 87-JÄHRIGEN NICHT IM GERINGSTEN, WER ES MITBEKOMMT.

VON CHRIS HEATH

FOTOS VON ALASDAIR McLELLAN



IN DEN LONDONER Büros der Ridley Scott Associates steht in einem Bücherregal ein gerahmtes Bild. Es stammt aus einem Heft der Grangefield Grammar School. Ein Dokument, herausgegeben von der Schulbehörde der Grafschaft Durham. Auf dessen Vorderseite prangt der Name des Schülers in Handschrift: „R. Scott". Auf den ersten Blick ist das alles, was man von dem Regisseur in den Büroräumen sieht. Eine einzige sentimentale Erinnerung an seine Kindheit im Nordosten Englands. Ridley Scott scheint dem ersten Eindruck zufolge niemand zu sein, der sich um unnütze Andenken schert. Aber an der Wand eines seiner Büros hängt eine gerahmte Kopie des vier Seiten langen Verrisses der legendären Filmkritikerin Pauline Kael von „Blade Runner", der im Jahr 1982 im *New Yorker* erschienen ist. „Blade Runner" habe dem Publikum nichts zu bieten, schrieb Kael. Und: „Wenn jemand einen Test zum Aufspüren von Humanoiden entwickelt, sollten sich Ridley Scott und seine Mitarbeitenden lieber verstecken." Und so weiter. „Vier Seiten Zerstörung", so Scott. „Sie hat mich zerstört." Offenbar erinnert er sich noch gut daran. „Ich habe sie nicht einmal getroffen. Das ist unverschämt. Auf meinem Niveau ist das eine Unverschämtheit."

Es ist kein Zufall, dass der Regisseur ausgerechnet ein Dokument aus seiner Schulzeit in seinem Büro ausstellt. Warum, begreift man erst, wenn man sieht, dass der Bilderrahmen doppelseitig ist. Scott dreht den Rahmen um. Auf der Rückseite prangt sein Zeugnis, das ihm im Herbstsemester 1950, vor 75 Jahren also, ausgehändigt wurde. Damals war er 13 Jahre alt. Die Noten sind gelegentlich mit Kommentaren versehen. Es sind Urteile, die in einem solchen Kontrast zu dem Leben stehen, das Scott seither geführt hat, dass sich die Ironie nicht übersehen lässt.

Der Regisseur, dessen erster Film die Adaption einer Geschichte von Joseph Conrad war und der später das einzige Originaldrehbuch von Cormac McCarthy umsetzen würde, erhielt ein „C" in Englisch, was im deutschen Notensystem einer schwachen Drei entspricht. Auch in Geschichte und Geografie hatte er ein „C" – und das, obwohl er später aufwendige Geschichten inszenieren sollte, die in biblischen, römischen und mittelalterlichen Zeiten, in der Renaissance, im Zeitalter der europäischen Expansion sowie der napoleonischen Ära spielen sollten. R. Scott hatte auch in Französisch eine katastrophal schlechte Note – eine „D+", die etwa einer Vier minus entspricht. Dabei würde er später Filme drehen, die von der französischen Kultur durchdrungen waren und von denen einer, „A Good Year", in der Nähe von Scotts langjährigem Wohnsitz in der Provence und seinem Weingut gedreht wurde. Der Mann hinter zwei „Gladiator"-Filmen bekam auch eine Vier in Latein. Derjenige, der Welten mit „Alien", „Blade Runner", „Prometheus" und den „Marsianer" erschaffen hat? Eine Vier in Mathematik und eine Drei in Naturwissenschaften. Dazu die Anmerkung: „Schlechte Leistung: Er hat sich offensichtlich nicht wirklich bemüht." Am Ende des Zeugnisses die vernichtende Zusammenfassung: „Enttäuschend. Muss hart arbeiten, um grundlegende Schwächen aufzuholen." In der Klasse waren insgesamt 31 Schüler:innen, die nach ihren Leistungen aufgelistet wurden. Scott belegte den 31. Platz – er war das Schlusslicht der Klasse.

„Ich bin stolz auf das, was ich erreicht habe, angesichts dieser Blödheit", sagt er. „Ich wusste aber, dass ich nicht dumm war." Ein Grund für seine schlechten schulischen Leistungen war, dass seine Familie aufgrund der Arbeit seines Vaters als Ingenieur bei der britischen Armee häufig umzog. Vielleicht lag es aber auch daran, dass der junge Ridley Scott bereits ein Gefühl dafür entwickelt hatte, wer er war und was er wollte – und das nötige Selbstvertrauen hatte, seinen eigenen Weg zu gehen. „Ich saß im Unterricht und bin in Geschichte und Geografie regelmäßig eingeschlafen. Ich dachte: Warum bin ich hier?", erklärt er. „Ich ging zum Schuldirektor, ein Veteran des Ersten Weltkriegs, der einen schwarzen Kittel trug und wie Dracula aussah. Ich sagte: ‚Kann ich Sie sprechen, Sir?' Er sagte: ‚Komm rein, Junge', und als ich eintrat, sagte ich zu ihm: ‚Sir, bei allem Respekt, ich weiß nicht, warum ich Französisch oder Latein oder Trigonometrie lernen sollen. Ich werde das nie brauchen.'"

In seinem späteren Leben hat ihn dieser Impuls weitergebracht: der Drang, die Unzulänglichkeiten der Welt zu umgehen, um etwas zu erreichen. Doch in der damaligen Situation war dies nicht der Fall. Sollte Scott bei diesem Vorsprechen mit einer herzhaften Debatte über den Lehrplan gerechnet haben, dann hatte er sich gewaltig geirrt. „Es gab eine Tracht Prügel", sagt er. „‚Bück dich, Junge. Eins, zwei, drei, vier, fünf, sechs.'" Scott erzählt diese Geschichte ohne Groll. Danach, so erinnert er sich heute, fragte ihn einer der anderen Jungen, ob es wehgetan habe. „Natürlich hat es verdammt wehgetan", sagt er. Aber das war nicht wichtig. Dinge tun manchmal weh. Seine Mutter habe ihn dazu erzogen, die Dinge durchzustehen: Komm darüber hinweg. Das wird schon wieder.

Bei erfolgreichen Filmregisseur:innen lässt sich ein vertrautes Muster beobachten, wenn sie in die Jahre kommen. Die Abstände zwischen ihren Filmen werden länger, und die Filme, die sie machen, neigen dazu, meditativer und träger zu werden. So, als ob da jemand versuchen würde, ein paar schöne letzte Worte zu finden. Persönliche Worte, die ein lebenslanges Gespräch mit der Welt beenden sollen.

Ein Muster, dem Scott sich nicht zu fügen scheint. Zum Zeitpunkt des Interviews läuft „Gladiator II" in den Kinos an. Ein Film, der mit einer solchen Wucht daherkommt, dass man sich kaum vorstellen kann, dass ein 86-Jähriger dafür verantwortlich sein soll. Alle Filme, die Scott jüngst gedreht hat – „Napoleon", „House of Gucci", „The Last Duel" –, waren große Erfolge. Als er vor einiger Zeit darauf angesprochen wurde, dass Martin Scorsese Angst davor habe, dass ihm nicht genug Zeit bleibe, bemerkte Scott: „Nun, seit er mit den Dreharbeiten zu ‚Killers of the Flower Moon' begonnen hat, habe ich vier Filme gemacht." In diesem Jahr könne Scott sich jedoch vorstellen, eine Pause von seinem selbst auferlegten Tempo von einem Film pro Jahr zu machen. „Vielleicht machen wir zwei Filme", erklärt er. Zum Zeitpunkt des Gesprächs ist „The Dog Stars" geplant, eine postapokalyptische Überlebensgeschichte, gefolgt von einer Biografie über die Bee Gees: „You Should Be Dancing". „Ein Film für April und einer für September", erklärt er. Das Tempo wird also erhöht. „Ja. Warum nicht? Die Studios vertrauen mir. Sie sagen: ‚Okay.'" Auf die Frage, ob es in seinem Freundeskreis nicht Stimmen gäbe, die ihn dazu anhalten würden, etwas zu entspannen, sagt er: „Nein, nein. Niemand sagt das. Niemand." Weil sich niemand traut? „Nein, nein." Und wie würde er auf solch einen Hinweis reagieren? „Ich würde sagen: *Get a life*. Und dann würde ich sagen: ‚Wir sind völlig verschieden.'"

DER 13-JÄHRIGE Ridley Scott war jedoch nicht in allen Fächern schlecht. Sein Lichtblick war die Kunst. Darin hatte der Schüler eine „A" („Ausgezeichnete Arbeit"). Sie wurde richtungsweisend für ihn. Nach vier Jahren an einer Kunsthochschule in der Provinz erhielt er ein Stipendium, dank dem er drei Jahre lang Grafikdesign am renommierten Royal College of Art in London studieren konnte – „wie auf dem Gipfel des Mount Everest", sagt er. Scott erzählt, wie er am ersten Tag auf dem Bürgersteig in der Schlange wartete, um sich anzumelden. „Wir standen alle draußen auf der Cromwell Road im Regen. Ein Typ neben mir sprach mich mit seinem charmanten Lancashire-Dialekt an: ‚Was machen Sie denn so? Malerei?' Ich sagte: ‚Nein, Grafikdesign.' ‚Das ist interessant.' ‚Was machen Sie?' ‚Ich mache Malerei – mein Name ist David.'" So lernte Ridley Scott David Hockney kennen, der zu einem Star der Kunstwelt avancieren würde.

Auch Scott wurde erfolgreich – wenn auch in einem anderen Bereich. Als Angestellter der BBC wechselte er vom Bühnenbild in die Regie und stürzte sich schließlich in die Welt der Fernsehwerbung. Die 1960er-Jahre

waren in London eine goldene Zeit für einfallsreiche 30-sekündige Einspieler, die Scott in einem ungewöhnlich hohen Tempo umsetzte. „Das war schon immer so", sagt er. „Und das ist keine Angeberei – es ist einfach mein Business. Ich mag es, schnell zu sein. Das ist Teil meines Wesens. Ich habe hundert Werbespots im Jahr gemacht, während andere nur zwölf gemacht haben und meinten, sie wären beschäftigt. Das könnte ich nicht."

Kurze Zeit später war er reich und zu einem gewissen Grad auch berühmt: 1974 trat er in einer britischen Fernsehdokumentation mit dem Titel „Helden unserer Zeit" auf, in der er als einer von „drei Männern, deren Tatkraft und Weitsicht sie aus dem Nichts zum Ruhm geführt hat" vorgestellt wurde. Gleichzeitig wurde er jedoch zunehmend frustrierter. Er wollte Filme machen. In der Zwischenzeit bekamen seine beiden wichtigsten Kollegen aus der britischen Werbebranche Verträge. „Alan Parker bekam zuerst einen Film, und ich wollte Selbstmord begehen", sagt Scott. „Adrian Lyne bekam den nächsten, und ich wollte mir die Kehle durchschneiden."

Dass Scott keine Fortschritte machte, lag nicht daran, dass er es nicht versucht hätte. Irgendwann las er ein Buch, von dem er dachte, dass man daraus einen guten Film machen könnte. „First Blood" erschien im Jahr 1972 und handelt von einem verwirrten Vietnam-Veteranen. Scott gelang es, mit dem Chef von Warner Bros. in Los Angeles, John Calley, zu telefonieren. „Oh, gute Entdeckung", sagte Calley, „aber wir sind mittendrin". Sie waren bereits dabei, den ersten „Rambo"-Film zu drehen.

Auf eine verpasste Chance folgte die nächste. Eine davon hallt noch immer nach. Dem Manager der Bee Gees, Robert Stigwood, fiel Scotts kommerzielle Arbeit auf. Damals drohte die Band sich aufzulösen, und Stigwood dachte, ein Film könnte dabei helfen, die Situation zu verbessern. Er lud Scott zu einem Gespräch in seine Villa ein und wunderte sich, dass der angehende Regisseur in einem Rolls-Royce vorfuhr. Stigwood fand Gefallen an Scotts Vorschlag, der Film solle „etwas Mittelalterliches" haben. Er machte einen Anruf. „Und dann tauchten ein, zwei, drei Rolls-Royce auf", sagt Scott. „Und alle Bee Gees stiegen aus. Sie waren unglaublich sympathisch. Sie sprachen kein Wort miteinander, aber mir gegenüber waren sie alle charmant." Scott ermutigte die Bee Gees, sich die Filme von Ingmar Bergman anzusehen. Als Scott gerade dabei war, Drehorte in Budapest zu recherchieren, wurde ihm mitgeteilt, dass die erforderliche Finanzierung wegfallen würde. Er hat die Bee Gees nie wieder gesehen.

Nun, bis zum vergangenen Jahr jedenfalls, als Scott sich bereit erklärte, die Regie des Biopics über die Band zu übernehmen. „Ich mochte an ihrer Geschichte, dass sie aus der Arbeiterklasse kommen", sagt er. „Es geht um den Wettbewerb zwischen den Brüdern. Und dann verlieren sie Andy. Er starb im Alter von 30 Jahren an einer Überdosis. Es geht mehr um Begabung als um das Glück, oder? Es ist eine fantastische Geschichte."

Deshalb traf sich Scott nach 50 Jahren mit dem einzigen verbliebenen Bee Gee, Barry Gibb. Auf die Frage, ob sie sich sofort gut verstanden hätten, antwortet Scott: „Ja, er weiß jetzt, wer ich bin." Das Drehbuch wurde geschrieben, die Besetzung gecastet, und die Drehorte wurden gefunden. Anfang 2025 wollten sie beginnen, zu filmen. Doch es gibt Probleme. „Das Studio hat die Bedingungen verändert", sagt er. „Ich habe gesagt: ‚Das könnt ihr nicht machen.' Sie haben darauf bestanden. Ich sagte: ‚Ich warne euch, ich werde einfach mit dem nächsten Film anfangen.' Sie haben mir nicht geglaubt – und jetzt mache ich den nächsten Film." Seinen Andeutungen zufolge ließe sich das Problem jedoch lösen. Er will das Projekt als zweiten Film des Jahres angehen. Doch vorerst hat er es beiseitegelegt. „Man hat mich gebeten, zu weit zu gehen", sagt er. „Und ich sagte: ‚Nein. Der Nächste, bitte!' Sie mochten meinen Deal nicht. Also sagte ich, ich mache weiter. Ich bin zwar teuer, aber ich bin auch verdammt gut." Vielleicht ist dies ein guter Zeitpunkt, um anzumerken, dass Ridley Scott, im Gegensatz zu den meisten modernen Filmleuten heute, weniger bedacht ist, wenn es darum geht, wie er sich wozu äußert. 2021 gab er einem russischen Journalisten ein Interview. Er hatte das Gefühl, dass dieser seine früheren Arbeiten verunglimpfte, woraufhin Scott auf eine verworrene Frage mit den Worten: „Sir, fuck you. Fuck you. Vielen Dank. Fuck you. Sie können mich mal, Sir", antwortete. Erinnert man ihn heute an diesen Vorfall, lacht er fröhlich auf und sagt: „Tja, wenn man eine dumme Frage stellt, bekommt man eine dumme Antwort."

„Und irgendwann lernt man, die Ratschläge zu vergessen, denn normalerweise weiß man es besser als die anderen."

SCOTT BEKAM SCHLIESSLICH seinen ersten Film, indem er das Drehbuch in Auftrag gab, auf ein Honorar verzichtete und selbst für die Fertigstellung bürgte. „Das war mein ‚Willkommen in Hollywood'", sagt er augenzwinkernd. In dem Film „Die Duellisten" aus dem Jahr 1977 geht es um zwei französische Armeeoffiziere, deren Wege sich regelmäßig kreuzen und die sich duellieren, obwohl sie längst vergessen haben, warum sie eigentlich wütend aufeinander sind. Der Film gewann einen Preis in Cannes, floppte jedoch kommerziell. Danach begann Scott mit der Arbeit an einer Adaption des mittelalterlichen Märchens „Tristan und Isolde", bis er im Mai 1977 „Star Wars" sah. „Ich war vier Monate lang deprimiert", sagt er. „Er war so gut." Als sich ihm die Chance bot, einen Film über eine außerirdische Kreatur zu drehen, die sich in ein

HAARE UND MAKE-UP: JANA CARBONI.

Raumschiff verirrt (Scott betont immer wieder, dass er die fünfte Wahl gewesen sei), ergriff er seine Chance.

Der Reichtum, den Scott mit den Werbefilmen angehäuft hatte, sorgte auch in seinem neuen Leben für Verwirrung. Als er mit seinem Rolls-Royce am Set von „Alien“ vorfuhr, fragte ihn die Schauspielerin Sigourney Weaver: „Von wem hast du den? Von deinem Vater?“ Es half auch nicht, dass er vergleichsweise jung aussah. Bei den Dreharbeiten von „Alien“ war er 40 Jahre alt, aber „ich war einer dieser Verrückten, die wie 27 aussehen“. Aus diesem Grund ließ er sich einen Bart wachsen, der zu seinem Markenzeichen wurde.

Als es darum ging, „Alien“ zu bewerben – den Film also, der ihn bekannt machen sollte –, gab Scott sich trotzig. Er hatte klare Vorstellungen davon, was der Film war – und was nicht. „Alien“ habe „keinen intellektuellen Inhalt, keine Botschaft“, betonte er in einem Interview. Er tat es auf eine Weise, die schon damals so wirkte, als wolle er eine bestimmte Art der Wichtigtuerei ins Lächerliche ziehen. „Ja“, sagt er, wenn er daran erinnert wird. „Die Frage war: ‚Wie könnte ich euch zu Tode erschrecken?‘ Das war meine Aufgabe. Und ich habe sie erfüllt. Das Studio hat immer wieder gesagt: ‚Mein Gott, Sie sind schrecklich.‘ Ich sagte: ‚Ich werde dafür bezahlt, schrecklich zu sein. Das ist ein Horrorfilm, Alter.‘“

Es ist unvermeidlich, dass einige seiner Filme als erfolgreicher angesehen werden als andere. Scott hat jedoch einen anderen Blick auf seine Werke. Wie er kürzlich in einem Interview sagte: „Ich mag alles, was ich gemacht habe. Alles.“ Mit anderen Worten: Es gibt großartige Filme von Ridley Scott, die als solche anerkannt wurden. Und großartige Ridley-Scott-Filme, denen bisher weniger Beachtung geschenkt wurde. Deshalb spricht der Regisseur gern über „Thelma & Louise“, den Film aus dem Jahr 1991, der ihm seine erste Oscarnominierung einbrachte und dem oft nachgesagt wird, dass er die Karriere des damals noch unbekannten Brad Pitt, der die Figur des verführerischen Räubers spielte, ins Rollen gebracht hat. (Wenn man Scott danach fragt, wie viel Anerkennung er für Pitts Karriere beansprucht, sagt er: „Oh, jede.“ Obwohl er dann doch etwas zurückrudert: „Ich glaube, er hätte seinen Weg gefunden“, um dann noch einen draufzulegen: „Es waren wahrscheinlich die wichtigsten 17 Minuten seiner Karriere.“)

Dann kommt er auf einen anderen Film zu sprechen. Einen, den die meisten Besprechungen seiner Karriere unerwähnt lassen. „1492 – Die Eroberung des Paradieses“ mit Gérard Depardieu in der Hauptrolle als Kolumbus wird zu den Misserfolgen von Scotts Karriere gezählt. „Eigentlich war der Film verdammt gut. Er war schön, majestätisch und ehrgeizig. Wir haben drei Karavellen gebaut. (Anm. d. Red.: mittelalterliche Segelschiffe). Mit einem bin ich von Bristol aus gesegelt und mit einem von Argentinien. Dann habe ich die Stadt Isabela gebaut. Ich habe die Kathedrale und zwei Kannibalen-Dörfer gebaut. Ich darf eigentlich nicht von Kannibalen sprechen, aber es waren Kannibalen.“ Er glaubt, dass das Problem Depardieus Englisch war, und sagt, dass er den Dialog gern noch einmal überarbeiten würde – vielleicht, indem er Kenneth Branagh den Text einsprechen ließe.

Manchmal entzieht sich das Schicksal eines Films der Kontrolle seines Machers. In der Karriere des Regisseurs gibt es dafür ein besonders seltsames Beispiel. Sein Film „White Squall – Reißende Strömung“ aus dem Jahr 1996 basiert lose auf einer wahren Geschichte über das Schulschiff Albatross. An Bord des Bootes befindet sich eine Glocke mit einem inspirierenden Motto, das auch im Film mehrfach zitiert wird und in den Trailern zum Film eine wichtige Rolle spielt: „Where We Go One / We Go All“ (zu Deutsch: Wohin wir auch gehen, gehen wir zusammen). Oder, wie es von den QAnon-Anhänger:innen, die es als Slogan übernommen haben, häufig abgekürzt wird: WWG1WGA. QAnon ist eine weitverbreitete Verschwörungstheorie, die ihren Ursprung in den USA und auf anonymen Beiträgen eines Nutzers namens „Q“ auf der Plattform 4chan hat, die im Jahr 2017 geteilt wurden. Dessen Anhängerschaft glaubt an eine geheime Elite, die angeblich Kinder entführt und missbraucht, und daran, dass der wieder amtierende US-Präsident Trump gegen diese Elite kämpft. Es stellt sich heraus, dass Scott bislang nicht von der Verbindung zwischen der Verschwörung und seinem Film wusste. Ausnahmsweise wirkt er verblüfft: „Es ist sehr unheimlich.“

WAS SEIN KOMMERZIELL erfolgreichstes und von der Filmkritik hochgelobtes Werk angeht, so erreichte Scotts Karriere im Jahr 2000 mit „Gladiator“ einen Höhepunkt. Wieder wurde er für einen Oscar nominiert, sein Werk gewann die Auszeichnung für den besten Film, und Russell Crowe wurde als bester Schauspieler geehrt. Bald darauf spielte Scott mit der Idee einer Fortsetzung, in der es um Lucius, den Sohn von Crowes Figur, gehen sollte. Aber dieser Handlungsstrang hätte jemanden ausgeschlossen, der unbedingt dabeibleiben wollte. „Russell war frustriert: ‚Was zum Teufel sollen wir tun? Ich will wieder mitmachen, aber ich bin tot‘“, sagt Scott. Er deutet an, dass er lange Zeit nicht darauf geachtet habe, wie er seine früheren Arbeiten weiterspinnen könnte. „Ich habe Fortsetzungen ignoriert, und das hätte ich nicht tun sollen“, sagt er und kommt dabei auf einen heiklen Punkt zu sprechen. Darüber, wer das Recht hat, eine Geschichte weiterzuerzählen. „Ich bin der Autor von ‚Alien‘. Ich bin der Autor von ‚Blade Runner‘. Ich bin nicht der, der die Geschichte geschrieben hat. Aber wenn man alles zusammensetzt, dann ist

„Ich bin der Autor von ‚Alien‘. Ich bin der Autor von ‚Blade Runner‘. Ich bin nicht der, der die Geschichte geschrieben hat. Aber wenn man alles zusammensetzt, dann ist man der verdammte Autor, ob man will oder nicht – im Guten wie im Schlechten.“

man der verdammte Autor, ob man will oder nicht – im Guten wie im Schlechten."

„Gladiator" endet mit Crowes Figur im Jenseits. Wir sehen von hinten, wie er auf seine Frau und sein Kind zugeht. Im Film handelt es sich dabei um Crowes Stunt-Double. Es war der Drehtag, an dem Scott das Double während einer Pause im Weizenfeld eine Zigarette rauchen sah und ihn, entsetzt über die Brandgefahr, aufforderte, damit aufzuhören. Doch dann bemerkte Scott eine Bewegung, die das Double mit seiner Hand machte. Daraus entstand ein ikonisches Bild: eine Hand, die im schummrigen Sonnenlicht über die Getreideköpfe streicht. Ein einprägsames Motiv, das im Laufe des Films immer wieder auftaucht. Bisher hieß es, dass planmäßig nur das Stunt-Double vor Ort in der Toskana war, wo die Szene gedreht wurde. Doch Scott erklärt, dass die Situation eine andere war. „Russell ist nie aufgetaucht", murmelt er „In der Toskana. Er ist nicht gekommen. Zum Glück, rückblickend." Er sollte bei dem Dreh dabei sein? Scott schwankt in seinen Antworten. „Er ist nicht aufgetaucht. Er war nicht einfach", sagt er.

Während der Planung von „Gladiator II" nahm Crowe die Dinge schließlich selbst in die Hand. Der Schauspieler beauftragte den Musiker Nick Cave damit, ein Drehbuch zu schreiben, in dem seine Figur aus dem Jenseits zurückkehrt. Das Ergebnis war eine notorisch fantasievolle Erzählung, in der Crowes Gladiator in die moderne Geschichte reist. Scott sagt, dass er vollständig in den kreativen Prozess des Schreibens eingebunden war: „Ich war in L.A., Nick war in Brighton, also haben wir einen Monat lang fast jeden Tag 45 Minuten miteinander gesprochen. Ich mag ihn sehr. Er ist sehr klug." Doch dann entschied sich Scott doch, das Drehbuch für die Fortsetzung demjenigen zu geben, der ihn ursprünglich zum Gladiator gebracht hatte: Steven Spielberg. „Ich sagte: ‚Lesen Sie das'", erinnert sich Scott. „Es kann sein, dass ich mich irre, aber ich mag die Sache mit den Zeitreisen nicht." Dann denkt er noch mal drüber nach. „Nein, das habe ich nicht zu ihm gesagt. Ich wollte, dass er unvoreingenommen urteilt. Er sagte: ‚Nein.' Er dachte, es sei zu umfangreich. Es mussten zu viele Brücken geschlagen werden."

Jahre später wurde „Gladiator II" ohne Crowe gedreht. Der Schauspieler hat sich später kritisch dazu geäußert. Ob Scott mit ihm darüber gesprochen hat? „Nein. Warum sollte ich? Das ist wie bei James Bond. Es ist wie Sean Connery, der mit Roger Moore spricht. Warum? Warum sollte er sich die Mühe machen?" Doch er erklärt auch: „Er ist eine Art Freund, wirklich. Ich meine, ich habe vier, fünf Sachen mit ihm gemacht. Durch welche Höhen und Tiefen man auch geht, im Grunde ist er immer noch ein Kumpel."

Scotts Film „Napoleon", der 2023 herauskam, endet mit der Widmung „Für Lulu". Wer recherchiert, um welche Person es sich dabei handeln könnte, wird wohl zu keinem Ergebnis kommen. Denn Lulu war Scotts geliebter Border Terrier, der während der Produktion des Films starb. Unmittelbar nach unserem Gespräch fliegt Scott nach Hause. Nach Frankreich also, wo er einen Großteil der folgenden Woche damit verbringen wird, Bilder von Hunden zu malen. „Ich glaube, Hunde sind meine Lieblingstiere", sagt er. „Dann Pferde, weil ich Pferde verstehe." Er zeigt mir auf seinem Handy Bilder von Josephine – dem Hund, der die Lücke füllt, die Lulu hinterlassen hat. Josephine ist ein fuchsfarbener Labradoodle. „Sie sieht aus wie ein struppiger Mischling, der wie eine Antilope rückwärtsläuft", so Scott. Vor ein paar Jahren sagte er, dass er Hunde besser fände als Menschen. „Hunde reizen mich nicht – Menschen manchmal schon", sagt er. Also erst Hunde, dann Pferde und dann Menschen? Er lächelt und antwortet: „Irgendwie schon!"

SCOTT SAGT, er habe im Laufe der Jahre so einiges gelernt. Unter anderem, nichts auf das zu geben, was die Leute ihm sagen. „Ich habe festgestellt, dass man als Filmemacher jede Menge Ratschläge bekommt", erklärt er. „Und irgendwann lernt man, die Ratschläge zu vergessen, denn normalerweise weiß man es besser als die anderen." Scott hat auch gelernt, wie er seine Arbeit beschleunigen kann. Er dreht mit mehreren Kameras. Manchmal fangen sogar bis zu elf Kameras jeden gewünschten Winkel einer Szene gleichzeitig ein. Noch während die Dreharbeiten laufen, wird bereits der Rohschnitt des Films erstellt. „Viele, die Regie führen, lassen niemanden ran, bevor sie nicht fertig sind", sagt er. „Das verlängert die Produktion – einen Prozess, der zwei Jahre lang dauert. Ich könnte das nicht. Ich habe nicht die Geduld dazu." „Gladiator II" wurde also in 51 Tagen gedreht. Der Film blieb, wie Scott sagt, zehn Millionen Dollar unter dem angesetzten Budget. Begeistert beschreibt er die Verwandlung von Sand in Wasser für die erste Schlachtenszene und erklärt, wie das Kolosseum mit Wasser und Haien befüllt wurde. Aber worüber er wirklich gern spricht, sind die Paviane. Scott erklärt, dass die zwölf Affen, die in einem frühen Showdown in der römischen Arena auftauchen, „lustigerweise die größte Herausforderung waren". Er erzählt von einem ärgerlichen Gespräch, das er mit jemandem über den Pavian hatte, der sich mit Paul Mescals Figur in „Gladiator II" anlegt. (Es scheint eine Gewohnheit des Regisseurs zu sein, etwas zu erklären, indem er von einem Gespräch zwischen ihm und einem „Idioten" erzählt.) „Jemand meinte: ‚Das ist aber ein komischer Pavian.' Dann habe ich gesagt: ‚Du hast doch gar keine Ahnung von Pavianen, Alter. Hast du schon mal einen Pavian mit Alopezie gesehen?'. Und er sagte: ‚Was ist Alopezie?' – ‚Nun, du weißt nicht mal, wovon du redest, verdammt noch mal! Das heißt, dass du deine Haare verlierst.' Also habe ich das Monster, das Paul angreift, auf diesem Pavian mit Haarausfall aufgebaut."

Hier kommen wir zu einem weiteren Thema, das sich wie ein roter Faden durch die Interviews mit Ridley Scott zieht: Sind seine Filme historisch oder sachlich korrekt? Als die Diskussion bei „Napoleon" ihren Höhepunkt erreichte, beteiligte sich der Regisseur nicht daran. Jetzt, wo „Gladiator II" wegen der nicht sachgemäßen Darstellung des Römischen Reiches in Kritik geraten ist, hat er doch etwas zu sagen. „Ja. ‚Hast du kein Leben?'", sagt er. „Ihr verarscht mich doch. Ich meine, ich kann mich damit nicht mehr abgeben. Allen, die mir damit kommen, sage ich: ‚Was hast du dieses Jahr gemacht?' Dann sagen sie: ‚Was?', und ich sage: ‚Was hast du dieses Jahr gemacht?', dann sagen sie: ‚Ähh …' ‚Oh, wirklich? Das? Okay, also ich habe diesen Film gemacht! Und ich bin sehr zufrieden damit. Also, geh und mach verdammt noch mal irgendwas.'"

RIDLEY SCOTT ist der mittlere von drei Söhnen. Der älteste, der zwei Jahre ältere Frank, verließ die Familie im Alter von 16 Jahren, um Marineoffizier bei der Handelsmarine zu werden, die damals in Südostasien stationiert war. Ridley kannte Frank nicht besonders gut: „Mal verschwand er für ein Jahr. Irgendwann habe ich ihn fünf Jahre lang nicht gesehen." Doch dann, es war kurz nach dem Erfolg von „Alien", besuchte Frank Ridley in seinem Haus in den Cotswolds, einer Region im Südwesten Englands, und hatte eine Bitte: „Er sagte zu mir: ‚Ich möchte, dass du dir das ansiehst.'" Es war ein großer schwarzer Leberfleck. Scott schickte seinen Bruder zu einem Spezialisten, der ein Melanom, einen bösartigen Tumor, diagnostizierte. Doch es war zu spät. „Ich habe ihn innerhalb von zehn Monaten verloren", sagt Scott. „Ich habe ihn sterben sehen. Und ich saß bei ihm, als er starb. Das hat mich völlig aus der Bahn geworfen. Ich wurde immer dazu erzogen, durchzuhalten. Meine Mutter hat immer gesagt: ‚Reiß dich zusammen, das wird schon wieder.' Dieses ‚Komm darüber hinweg, das wird schon' kann manchmal helfen. Manchmal aber auch nicht. Ich weiß nicht, ob es mir geholfen hat." Damals arbeitete Scott an einer Verfilmung von Frank Herberts „Dune". Er schrieb das Drehbuch mit. Aber das dauerte, und er brauchte ein neues Projekt, das sofort startklar schien. So kam er dazu, „Blade Runner" zu machen.

Ridleys anderer Bruder, Tony, war fast sieben Jahre jünger als er. Als Ridley das Royal College of Art besuchte, engagierte er Tony als Hauptdarsteller seines ersten Films „Boy and Bicycle". Der Film handelt von einem Jungen,

der dem Alltag entfliehen will und mit dem Fahrrad ans Meer fährt. Was man aus dem Film mitnehmen soll, ist wohl, dass eine Flucht nicht immer das bringt, was man von ihr erwartet. „Sie ist keine Freiheit, sie wird zu einem Gefängnis“, so Scott. „Man dreht sich im Kreis, man lernt sich selbst kennen und denkt über alles nach, was man normalerweise nicht machen würde. Das war die Geschichte.“ Tony, der gerade 17 Jahre alt geworden war, nahm nur widerwillig an dem Projekt teil. „Ich sagte: ‚Steh auf, wir werden einen Film drehen.‘ Denn er war ein fauler kleiner Scheißer. Ich habe seine Sommerferien ruiniert. Wir haben sechs Wochen lang jeden Tag gedreht. Aber als ich alles zusammenhatte und ihm die Aufnahmen zeigte, war er hin und weg. Was wir damals nicht wussten, war, dass wir beide ab diesem Zeitpunkt Filme machen würden.“

Tony Scott folgte seinem Bruder in die Werbung und dann in die Filmbranche, wo er selbst große Erfolge feierte: Er führte Regie bei „Top Gun“, „Beverly Hills Cop II“, „Last Boy Scout“ und vielen anderen Titeln. „Tony war bei den Leuten sehr, sehr beliebt“, sagt Scott. „Die Leute liebten meinen Bruder. Mehr als mich.“ Und warum? „Ich weiß es nicht. Nun, er war aufgeschlossener und herzlicher als ich. Ich bin nicht so herzlich.“ Scott sagt, dass er und sein jüngerer Bruder normalerweise jeden Tag miteinander sprachen. (Für ihn ist das ganz normal. Bis heute versucht er, das mit seinen drei Kindern zu praktizieren, auch wenn es nur kurze Gespräche sind.) Tony Scott hatte im jungen Alter Hodenkrebs. „Sie haben ihn mit etwas ganz Neuem behandelt, einer Chemotherapie. Und es hat ihn geheilt. Bis er Mitte 60 war.“ Auch dann wurde Tonys Krebs erfolgreich behandelt – doch er musste seine größte Leidenschaft aufgeben: das Bergsteigen.

2012 merkte Scott, dass es seinem Bruder nicht gut ging. „In seinen letzten vier Monaten habe ich mehr Zeit mit Tony verbracht als je zuvor. Ich konnte spüren, dass etwas nicht stimmt. Das Feuer war weg. Das hat mir nicht gefallen. Ich habe also einen Spezialisten gefragt: ‚Ist es okay, wenn wir ausgehen und etwas trinken? Darf ich mit ihm ausgehen?‘ Wir wollten Wodka Martinis trinken. Er sagte: ‚Klar, kein Problem.‘ Ich habe versucht, ihn für den nächsten Film zu gewinnen: ‚Das ist dein nächster Berg.‘ Aber er wollte nicht mitgehen. Ich sagte: ‚Schau, ich kann nicht mehr Tennis spielen.‘ Ich habe ein künstliches Kniegelenk, darüber habe ich immer Witze gemacht. Ich sagte: ‚Ich habe 40 Jahre Tennis gespielt. Du hast 40 Jahre Klettern hinter dir. Finde dich damit ab.‘ Ich habe versucht, es wie meine Mutter zu machen. Ich sagte: ‚Komm drüber hinweg, du schaffst das.‘ Es hat nicht funktioniert.“

Am 19. August 2012, als Scott in Frankreich war, rief Tony an. Sie sprachen ein paar Minuten miteinander. „Ich habe ihm immer gute Nachrichten überbracht“, sagt Scott. „Ich neige dazu, der Anführer zu sein, weil ich der Ältere von uns war. Ich erzählte ihm immer: ‚Das ist gut, das ist gut, das ist gut.‘“ Im Nachhinein war das einzig Seltsame an dem Gespräch die Art und Weise, wie Tony antwortete: „Das ist wunderbar, Ridley“. „Er hat das Wort nie so benutzt“, sagt Scott. „Ich mochte das nicht: ‚Das ist wunderbar‘. Dann hat er aufgelegt.“ Später stellte sich heraus, dass Tony während des Telefonats auf der Vincent Thomas Bridge stand, die sich über den Hafen von Los Angeles wölbt. „Jemand sagte, er habe jemanden auf der Brücke stehen sehen“, erzählt Scott, „und er blieb stehen und schaute zurück und winkte.“ Kurz darauf sprang Tony Scott. Hat das, was passiert ist, ihn und die Art, wie er die Welt sieht, verändert? „Nein“, sagt er. „Ich glaube, man wird jedes Mal ein bisschen reifer und fragt sich: Wie lange habe ich noch? Aber darüber denke ich eigentlich nicht nach.“

SCOTT MACHT WEITERHIN das, was er immer getan hat. Er deutet auf die sechs gerahmten Poster von „Gladiator II“, die an der Wand hängen. Es wurde berichtet, dass Scott Paul Mescal als Hauptfigur in „Gladiator II“ besetzte, weil ihn seine Leistung in „Normal People“ beeindruckt habe. Geholfen habe aber auch die „römische Nase“. „Als ich ihn sah, dachte ich: ‚Heilige Scheiße, er hat wirklich eine römische Nase!‘“ Scott mochte auch, dass Mescal schon Theater gespielt hatte. „Und immer, wenn ich mit jemandem vom Theater zusammenarbeite, habe ich eine gute Zeit.“

Scott erklärt, dass die Fähigkeiten von Schauspielenden mit Ausbildung am Theater seine eigenen ergänzen. „Meine Gabe ist das Visuelle. Ich habe gelernt, gut mit Geschichten umzugehen. Die Filme, die ich gemacht habe, sie hatten alle einen roten Faden. Ein Film ist eine Erzählung. Das ist alles. Ob gehobene Klasse, Mittelklasse oder Unterschicht – es ist eine verdammte Geschichte. Und das ist unser Job. Wir erzählen Geschichten. Theaterleute haben in gewisser Weise ein Fundament, auf das sie sich stützen können, wenn die Luft dünn wird.“ Die Ironie dahinter ist jedoch, dass Scott selbst nicht gern ins Theater geht. „Ich schlafe ein“, erklärt er.

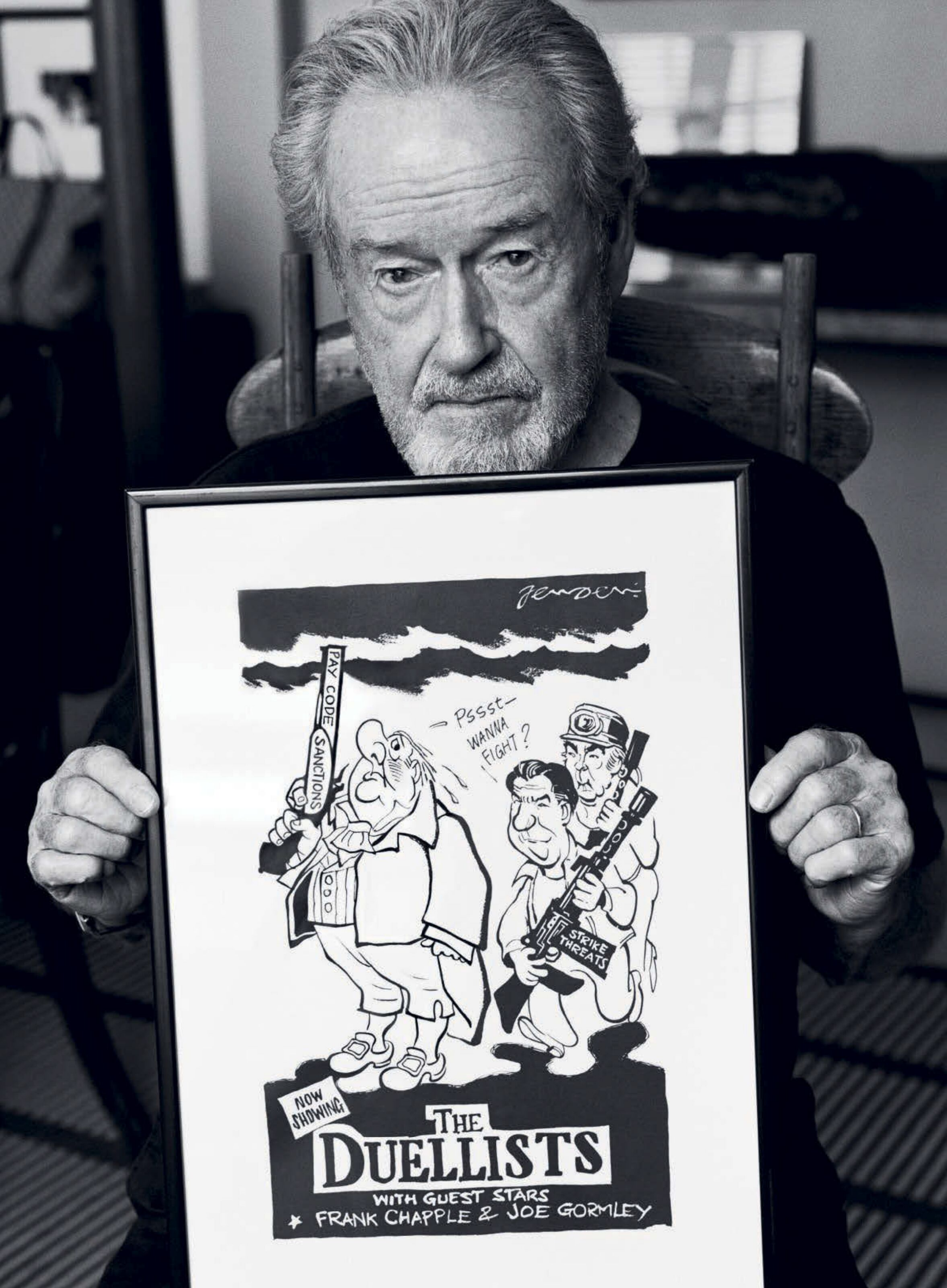
Zum Zeitpunkt unseres Gesprächs sollten Scott und Mescal beim nächsten Projekt des Regisseurs, „The Dog Stars“, erneut zusammenarbeiten. Die jüngsten Berichte jedoch sehen Jacob Elordi in der Hauptrolle. Scott scheint aufgeregt, wenn er über den Film spricht. „Nun, wenn ich davon erzähle, wird man denken: ‚Das habe ich alles schon mal gehört.‘ Das Ende der Welt, Überlebende und so weiter.“ Doch er sieht darin eine Möglichkeit, die Geschichte mit einem „völlig neuen Blick“ zu erzählen. Er vergleicht das Projekt mit einem seiner größten Erfolge der vergangenen Jahre: „Der Marsianer“. „Ein Typ strandet auf dem Mars und überlebt. Sie holen ihn ab, und er kehrt zur Erde zurück“, sagt Scott. „Das klingt doch verdammt langweilig, oder? Aber ich wusste, was zu tun war. Und ich habe es schon in den ersten Tagen gesehen. Ich sagte: ‚Moment mal, das ist eine Komödie.‘ Und sie sagten: ‚Was? Eine Komödie?‘ Ich sagte: ‚Ja, es ist eine Komödie. Wie um alles in der Welt könnte eine Geschichte, in der jemand überlebt, indem er Gemüse aus seiner eigenen Scheiße anbaut, nicht lustig sein?‘ Hier ist es genauso.“

Damit meint er nicht unbedingt, dass der Film auch eine Komödie sein wird. Sondern nur, dass Ridley Scott wieder einmal weiß, was er zu tun hat. Bis heute besteht er darauf, die Drehbücher selbst zu lesen, statt sich auf die Berichte anderer zu verlassen. Als er beschreibt, wie er das Drehbuch von „The Dog Stars“ gelesen hat, ist seine Begeisterung spürbar. „Ich weiß nach etwa drei Seiten, mit wem ich es zu tun habe. Eigentlich weiß ich es schon nach einer halben Seite. Und dann denke ich: ‚interessant‘. Und dann bin ich dabei. Wenn ich auf Seite zehn bin, denke ich: ‚Bitte, lass die Bombe noch nicht platzen.‘ Auf Seite 20 fange ich an, nervös zu werden, und sage: ‚Bitte, bitte, bleib dran.‘ Auf Seite 50 werde ich dann unruhig, weil es so gut ist. Es ist wirklich gut.“

DIE LEUTE SUCHEN oftmals einen Spannungsbogen in der Karriere des Regisseurs. Eine Erzählung, der sich Scott selbst nicht anschließen mag. „Die Reihenfolge meiner Filme ist zufällig“, sagt er. „Es gibt keine Ordnung. Der Plan ist: Es gibt keinen Plan. Ich langweile mich dann. Andere bleiben bei ihrem Arbeitsstil. Ich will mich lieber nicht wiederholen. Aber ich habe noch nichts zum Schlittschuhlaufen gemacht, und ich habe noch kein Musical gedreht, und ich habe noch keinen Western gemacht. Das steht alles noch bevor.“ (Später stellt er klar, dass eigentlich kein Eislauf-Film bevorsteht).

Dabei bleibt eine Sache unumstößlich: Scott hat noch nie einen Oscar gewonnen. Er war für „Black Hawk Down“, für „Thelma & Louise“ und für „Gladiator“ als bester Regisseur nominiert. „Ich respektiere solche Dinge, aber ich denke nie darüber nach“, sagt er. „Ich war mehrere Male kurz davor, aber ich war nicht wirklich enttäuscht. Am Abend selbst war ich eher erleichtert, dass ich keine Rede halten musste.“ Was ist dann der wahre Preis? „Dass ich weitermachen kann. Solange ich weiter abliefern kann, gibt es kein Problem.“ Das ist der einzige Plan, den Ridley Scott wirklich verfolgt: weitermachen. Denn was sonst passieren würde … „Ich lasse das nicht an mich ran. Ich denke nicht einmal darüber nach. Ich lasse es nicht zu. Ich verleugne es. Scheiße, ich bin doch immer noch dabei.“

Chris Heath *ist* GQ-*Korrespondent.*
Adaptiert von Angelika Watta.


PAY CODE SANCTIONS
— Pssst— WANNA FIGHT?
STRIKE THREATS
NOW SHOWING
THE DUELLISTS
WITH GUEST STARS
★ FRANK CHAPPLE & JOE GORMLEY

DIE GROßE NEUBESETZUNG

Wie wir die Welt verstehen, hängt davon ab, wie wir sie sehen. Das Kino spielt dabei eine ebenso entscheidende Rolle wie Serien. Casting-Direktor:innen finden die Menschen, die Filmfiguren für uns verkörpern. Mit dem Anspruch, mehr Diversität auf die Leinwände zu bringen und weniger Klischees, ist die Besetzung in jüngster Zeit immer mehr in den Fokus gerückt. Kommendes Jahr wird erstmals ein Oscar in der Kategorie Casting verliehen werden – eine Zeitenwende. Wir haben mit Caster:innen in Hollywood, London und Berlin über einen Beruf gesprochen, der unser Weltbild prägt.

TEXT VON ULF PAPE

VON OBEN, LINKS:
Gael García Bernal
Kate Winslet
Steve Buscemi

VON OBEN, RECHTS:
Miles Davis
Viggo Mortensen
Natalie Portman

Jennifer Grey

Chadwick Boseman

Luis Guzmán

Matthew McConaughey

Melissa Leo

Keanu Reeves

Ben Affleck

Reese Witherspoon

Michael Imperioli

Julianne Moore

Annette Bening

Wes Studi

John Goodman

Bruce Willis

Benicio del Toro

Noma Dumezweni

EHRERE KINDER TOBEN durch einen Aufenthaltsraum. Teddy Teclebrhan versucht mit viel Geduld und Einfühlungsvermögen, Ruhe in die Gruppe zu bringen. Drei Personen beobachten, was dort vor sich geht. Teclebrhan, einer der bekanntesten Comedians Deutschlands, geht an diesem Tag seinem zweiten Beruf als Schauspieler nach. Bei der beschriebenen Szene, die sich vor ein paar Jahren abspielte, handelt es sich um eine Improvisation, eine frühe Probe, in der Teclebrhan zeigt, wie er in dem Film agieren könnte, für den hier gerade die richtigen Schauspieler:innen gesucht werden. Neben einem Kameramann und der Regisseurin Nora Fingscheidt ist die dritte beobachtende Person am Rand Liza Stutzky. Sie verantwortete damals das Casting für den Film „Systemsprenger“. Im Interview mit GQ erinnert sie sich. Stutzky war es, die Teclebrhan für die Rolle vorgeschlagen hatte, obwohl das Drehbuch nicht unbedingt eine Person of Color verlangt hätte. Teclebrhan bekam den Part. Als „Systemsprenger“ 2019 in die Kinos kam, geriet der Film zu einem Überraschungserfolg. Mit Teclebrhan bildet er eine noch etwas diversere deutsche Gesellschaft ab, als er es ohne ihn getan hätte.

Ohne solche Anstöße bei der Besetzung wären die Kino- und die Serienlandschaft nicht nur *weißer*, sondern auch deutlich eindimensionaler. Denn auch im Jahr 2025 geht es immer noch um die Fragen, welche Gesellschaft das Kino abbilden will und wie ähnlich es der Realität ist, die wir zu verstehen versuchen. Die ARD-Serie „Schwarze Früchte“ bewies zuletzt unter Showrunner und Hauptdarsteller Lamin Leroy Gibba, dass eine Schwarze, queere Geschichte ein hiesiges Publikum fesseln kann. Es gibt diese Zuschauerschaft.

Für Liza Stutzky war „Systemsprenger“ der Durchbruch als Casting-Direktorin. Gemeinsam mit der Kindercasterin Jacqueline Rietz und der Regisseurin konnte sie für das Projekt auch Helena Zengel gewinnen. Zengel spielte in der Titelrolle das neunjährige Mädchen – ein Kind, das in keiner Pflegefamilie und keinem Heim den Halt findet, den es braucht. Stutzky kannte Zengel von einem Kurzfilmprojekt. „Ich fand sie einzigartig und perfekt für die Rolle“, sagt die 36-Jährige rückblickend. Zengels schauspielerische Leistung wurde gefeiert. Gleich nach dem Erfolg mit „Systemsprenger“ ging es für die Kinderdarstellerin nach Hollywood, sie landete eine Hauptrolle an der Seite von Tom Hanks in dem Western „News of the World“. Als Nächstes wird die heute 16-Jährige an der Seite von „Stranger Things“-Superstar Finn Wolfhard in dem Kinofilm „Die Legende von Ochi“ zu sehen sein.

Casting-Direktor:innen haben großen Einfluss auf die Karrieren von Schauspieler:innen – und sie sind viel beschäftigt. Wer in Deutschland gerade auf der Höhe der Zeit drehen will, landet schnell bei Stutzky. Sie stellte den internationalen Cast für die preisgekrönten „Die Zweiflers“ über eine jüdische Familie in Frankfurt genauso zusammen wie für den Überraschungserfolg „Die Discounter“. Nur eine der unerwarteten Besetzungen dort ist die Rapperin Nura als Kassierin. Außerdem besorgte Stutzky für die Aufsehen erregende Verfilmung dreier Fälle des „Zeit Verbrechen“-Podcasts einen diversen Cast. Einen eindrucksvollen Auftritt hat darin der sonst als Rapper und Schriftsteller bekannte Hendrik Bolz. Auch solche Besetzungen reizen Stutzky.

In einer Zeit, in der die Filmbranche um mehr Diversität bemüht ist, während Teile des Publikums ihre tradierten Sehgewohnheiten nicht aufgeben mögen, gerät der Beruf der Casting-Direktion immer mehr in den Fokus. Kommendes Jahr wird die Academy of Motion Picture Arts and Sciences zum ersten Mal einen Oscar in der Kategorie „Casting“ verleihen. Die deutsche Filmakademie könnte bald nachziehen. Die Bafta Awards, die wichtigste britische Auszeichnung für Film und Fernsehen, führen die Kategorie „Casting“ bereits seit 2020. Den ersten Award erhielt Shayna Markowitz für ihr Casting für „Joker“. Im Jahr 2023 war dort die deutsche Casting-Direktorin Simone Bär für „Im Westen nichts Neues“ nominiert. Bär, die kurz vor der Verleihung der Baftas verstarb, galt als Deutschlands bekannteste Vertreterin ihres Fachs. Quentin Tarantino, Steven Spielberg und Wes Anderson engagierten sie, wenn sie Deutsche für ihre Filme suchten.

Neu ist, welche Diskussionen das Thema auslösen kann. Für seine Rolle als homosexueller, Aids-kranker Anwalt in „Philadelphia“ erhielt Tom Hanks 1994 einen Oscar. Vor ein paar Jahren äußerte Hanks, man würde für seine Figur heute keinen straighten Schauspieler mehr casten, „und zwar zu Recht“. Auch sein Kollege Eddie Redmayne bezeichnete es nachträglich als Fehler, als heterosexueller Cis-Mann in „The Danish Girl“ eine Transfrau gespielt zu haben. Für seine Darbietung hatte er 2016 eine Oscarnominierung erhalten. Lange ist das nicht her, und es würde ihm wohl kaum jemand seine schauspielerische Leistung absprechen. Doch hier geht es um Repräsentation. Die Branche ist dabei, sich neu zu sortieren.

Spricht man Bonnie Timmermann auf Eddie Redmaynes Aussagen an, sagt sie zunächst: „Oh, Eddie, ich habe gerade gestern SMS mit ihm geschrieben!“ Die viel beschäftigte 77-Jährige sitzt beim Videocall in ihrer Wohnung im kanadischen Québec. Sie ist eine der renommiertesten Casting-Direktorinnen Hollywoods. Mit dem Film „Bonnie“ aus dem Jahr 2022 gibt es sogar eine Doku über ihr Lebenswerk. Ob Kate Winslet, Keanu Reeves, Natalie Portman, Viggo Mortensen oder Matthew McConaughey: Bei ihr haben etliche der größten Hollywoodstars irgendwann einmal vorgesprochen. Timmermann besitzt ganze Lagerräume voller Videos von Menschen, die bei ihr vorsprachen – ein Archiv der jüngeren Geschichte Hollywoods. Sämtliche Fotos dieser Strecke stammen aus ihren Aufnahmen.

„Wenn ich mich mit meinem Casting vollkommen von der Rollenbeschreibung wegbewege, gelingt mir manchmal etwas Spektakuläres.“
BONNIE TIMMERMANN

„Schauspieler:innen sind mein Leben!“, sagt die gebürtige New Yorkerin. Russell Crowe lernte sie in einer Bar in Hollywood kennen und besetzte ihn für „The Insider“. Direkt im Anschluss drehte er mit „Gladiator“ einen Welterfolg. Für „Dirty Dancing“ castete Timmermann Jennifer Grey als Baby, Patrick Swayzes Tanzpartnerin und Geliebte. „Wenn mir ein:e Schauspieler:in gegenübersitzt, so wie Sie mir gerade gegenübersitzen, dann sehe ich entweder die große Leinwand oder nicht.“ Casting habe ganz viel mit der Sensibilität der Schauspieler:innen zu tun, sagt Timmermann.

Sie hat Hollywood und die Weltwahrnehmung vieler Menschen nachhaltig geprägt. Als sie Anfang der 1980er-Jahre den Auftrag bekam, die in Florida spielende Krimi-Serie „Miami Vice“ zu besetzen, stellte sie Don Johnson in der Rolle des Sonny Crockett einen Schwarzen Schauspieler an die Seite: Philip Michael Thomas als Rico Tubbs. Wie auch bei „Systemsprenger“ war die Figur nicht als Person of Color angelegt. Aber Produzent Michael Mann war begeistert von Timmermanns Vorschlag. Die grenzenlose Coolness des Duos machte einen Großteil des Erfolgs von „Miami Vice“ aus. Während Crockett und Tubbs auf der schmutzigen Seite des American Dream ermittelten, wurden die beiden zu Fashion-Ikonen. „Miami Vice“, das waren harte Storys, glaubwürdig erzählt, von Menschen verkörpert, die eine soziale Realität der Straße repräsentierten.

Polizei-Serien, Krimis und überhaupt die Kino- und TV-Landschaft sind seither deutlich vielfältiger geworden. Selbst deutsche Serien wie „Derrick“ und „Der Alte“ besetzten ab Mitte der 80er-Jahre Schwarze Schauspieler wie Günther Kaufmann und Charles M. Huber. Der vorläufige Höhepunkt dieser Entwicklung ist die Möglichkeit, dass der nächste James Bond von dem Schwarzen Briten Idris Elba gespielt wird. Zumindest flammt das Gerücht immer mal wieder auf.

Sämtliche Abbildungen auf diesen Seiten entstammen dem Archiv der Casting-Direktorin Bonnie Timmermann. Sie gilt als eine der renommiertesten Besetzerinnen Hollywoods. Bei den Vorsprechen der Schauspieler:innen machte sie Video-Interviews. Auszüge daraus sind in der Dokumentation über Timmermanns Lebenswerk zu sehen, dem Film „Bonnie“ von Regisseur Simon Wallon aus dem Jahr 2023.

Patrick Swayze

Giancarlo Esposito

Vor knapp zehn Jahren erfasste die #OscarsSoWhite-Bewegung Hollywood, deren Kritik sich gegen die starke Dominanz von *Weißen* in der Oscar-Academy und bei den Nominierungen richtete. Kurz darauf kamen die Me-too-Missbrauchsskandale an die Öffentlichkeit, und der Mythos Traumfabrik büßte einen Teil seines Glanzes ein. Hollywood musste sich ehrlich machen – soweit es das eben kann. Natürlich geht es den Studios bei mehr Vielfalt nicht nur um guten Willen, sondern auch um eine authentische Ansprache diverser Zielgruppen. Der erste durchgängig mit Schwarzen besetzte Film aus dem Marvel-Universum, „Black Panther“, spielte ab 2018 weltweit sagenhafte 1,3 Milliarden US-Dollar ein. Diverses Kino lässt diverse Menschen an der Kinokasse das Portemonnaie öffnen.

„Bonnie Timmermann hat Vielfalt im Film erst ins Leben gerufen“, gibt der in „Breaking Bad“ als Gus Fring berühmt gewordene Giancarlo Esposito in der Doku „Bonnie“ zu Protokoll. Sie selbst sagt im Interview mit GQ, dass sie grundsätzlich nicht in den Kategorien denke, die laut Drehbuch für eine Figur vorgegeben seien. Sie erzählt von einer Figur, die als „caucasian“ geführt wurde, also mit dem im Englischen immer noch verwendeten Begriff für *Weiße*. Sie schlug Idris Elba für die Rolle vor und wurde gefragt, warum sie das getan habe. „Weil er weder Schwarz noch *weiß* ist. Er ist einfach gut“, lautete ihre Antwort. „Ich war immer dazu in der Lage, für Schauspieler:innen zu kämpfen“, so Timmermann.

ES FUNKTIONIERE ABER AUCH, mal in eine *ganz* andere Richtung zu gehen. „Wenn ich mich mit meinem Casting vollkommen von der Rollenbeschreibung wegbewege, gelingt mir manchmal etwas Spektakuläres. Ich habe verrückte Ideen.“ Als einmal für die Rolle eines Kommissars ein italoamerikanischer Mann gesucht wurde, schlug sie eine Frau vor, die Schwarze Viola Davis. Wieder war es Michael Mann, damals als Regisseur des Films „Blackhat“, der sich von ihr überzeugen ließ. 1995 holte Timmermann für den Kriminalfilm „Heat“ Wes Studi für die Rolle eines Cops an Bord. Studi ist amerikanischer Indigener, bis dato hatte seine Karriere fast ausschließlich darin bestanden, in Western damals sogenannte Indianer zu spielen. Für die Rolle in „Heat“ war seine ethnische Herkunft belanglos, aber seine Karriere fächerte sich danach auf.

Heute würde man sagen, Timmermanns Art, Rollen zu besetzen, benutze Casting als Mittel der Ermächtigung. Fragt man sie, ob sie Verständnis dafür habe, dass Tom Hanks heute die Rolle in „Philadelphia“ nicht mehr annehmen würde, argumentiert sie vollends aus der Perspektive des Schauspielers heraus: „Tom hat die Rolle angenommen, weil er Schauspieler ist. Und vielleicht wollte er beweisen, dass es nicht wichtig ist, ob er selbst schwul oder hetero ist, sondern dass er sie spielen konnte. Aber die Zeiten haben sich geändert.“ Den Umstand, dass sie die Möglichkeit bekommen habe, ihr Casting zu diversifizieren, so Timmermann, habe sie allein Verantwortlichen wie Michael Mann zu verdanken. Menschen, die ihr gesagt hätten, dass sie ihre Ideen liebten. Sie hat die Chance bekommen, es anders zu machen.

Die Freiheit, es anders zu machen, gerät unter reaktionären politischen Kräften unter Druck. Unter der Trump-Regierung sind Programme für mehr Inklusion und Diversität derzeit massiv gefährdet. Auch in Deutschland macht die AfD Stimmung gegen eine Filmförderung, die sich angeblich einer „woken“ Agenda verschrieben habe. In der Folge stehen Casting-Entscheidungen unter immer genauerer Beobachtung.

Ähnlich wie bei Timmermann beschreibt auch die Berlinerin Liza Stutzky ihre Arbeitsweise: „Ich versuche, beim Lesen des Drehbuchs auf den Kern der Figur zu schauen“, erklärt Stutzky, „weniger auf das Alter und das Geschlecht. Ganz oft stellt sich dann bei einer Figur die Frage, ob ihre wichtigste Eigenschaft überhaupt ihre Männlichkeit ist oder vielleicht eine Wachsamkeit, die eine Frau in einem bestimmten Kontext besser spielen könnte. Ich suche nach der Essenz der Rolle und frage mich, wer dafür toll wäre. Das führt manchmal dazu, dass Drehbücher noch mal umgeschrieben werden.“ So gesehen, wohnt dem Casting fast so etwas wie eine Co-Autor:innenschaft inne, weil der Film seine Geschichte mit eben jenem Ensemble erzählt, das die Casting-Direktion zusammengestellt hat.

Mit einem besonders eigenwilligen Cast macht seit dem Jahr 2020 „Bridgerton“ auf sich aufmerksam. Die am englischen Hof des 19. Jahrhunderts angesiedelte Romanze nimmt sich die Freiheit, weite Teile der adeligen Schicht mit Schwarzen zu besetzen, was natürlich eine sehr freie Interpretation historischer Fakten ist.

Verantwortlich für den Cast ist die in London ansässige Kelly Valentine Hendry, die auch britische Erfolgsserien wie „Fleabag“ und „Gangs of London“ besetzte. Aus „Bridgerton“ ging zum Beispiel Regé-Jean Page als Star hervor. Er spielt einen, sagen wir mal, Duke of Color. Hendry sagt dazu, die Idee sei gewesen, Historie neu zu denken. „Denn dann kann jede:r alles sein.“ Sie sagt, sowohl Netflix als auch das produzierende Studio Shondaland arbeiteten extrem inklusiv. Zum Hintergrund: Shondaland ist die von der Schwarzen TV-Legende Shonda Rhimes gegründete Produktionsfirma, die im Jahr 2005 „Grey’s Anatomy“ aus der Taufe hob. Auch bei der Krankenhaus-Serie ging die Besetzung aus einem sogenannten farbenblinden Casting hervor. Körperumfang, Hautfarbe und Gender sollten in „Grey’s Anatomy“ nichts darüber aussagen, ob jemand Pfleger oder Chefchirurgin ist, Patient oder Ärztin. Die Serie läuft bis heute.

„Wer Storytelling wirklich aufrichtig liebt, der sieht auch frisches Talent“, sagt Hendry über die Entdeckungen, die sie auf Theaterbühnen im Londoner Westend oder auf der Straße macht und dann zu ihren Castings lädt.

In England wurde vergangenes Jahr viel darüber gesprochen, dass an der Royal Shakespeare Academy mit Arthur Hughes erstmals ein Schauspieler mit Behinderung den „Richard III.“ spielte. König Richard war mit seiner historisch verbürgten Rückgratverkrümmung immerhin ein Regent mit Behinderung. Hughes landete direkt im Anschluss an seine Theaterrolle ein großes TV-Engagement.

In der Frage, wer genau welche Rollen spielen dürfe, müsse man in der Debatte unterscheiden, so Hendry. „Durch die sozialen Medien stehen Schauspieler:innen heute viel mehr in der Schusslinie endloser Meinungsäußerungen darüber, was sie spielen.“ Das führe dazu, dass die Spielenden gründlicher hinterfragten, welche Rollen sie annähmen. Der zweite Aspekt sei die Authentizität. Eine Schauspielerin, die etwa dank ihrer kulturellen Prägung etwas Ähnliches erlebt habe wie die Figur, die sie spielen soll, bringe möglicherweise mehr Erfahrung mit. Aus Perspektive einer Casting-Direktorin sei das produktiv, erklärt Hendry: „Inklusion bedeutet beim Storytelling, dass mehr Menschen die Chance bekommen, ihre Geschichte zu erzählen, und wenn mehr junge Menschen in den Vordergrund rücken, bedeutet das für uns mehr Möglichkeiten bei der Auswahl.“

Zur Verdeutlichung imaginiert Hendry eine beliebige junge Person of Color, die vor vielleicht zehn oder zwölf Jahren vor dem Fernseher saß, die Oscarverleihung schaute und dabei fast niemanden sah, der oder die so ähnlich aussah wie sie selbst – in jeder einzelnen Kategorie. Das führe bei einem jungen Menschen wahrscheinlich zu einer Annahme: „An diesem Tisch ist kein Platz für mich! Und daraufhin entscheidet dieser junge Mensch sich nicht für eine Ausbildung, die ihn an diesen Tisch heranführen würde.“

Genau das habe sich nun geändert, so Hendry. Sie betont, dass sie keineswegs glaube, nur eine homosexuelle Person könne eine homosexuelle Figur spielen. Das wäre ein gefährlicher Irrglaube, allein schon deswegen, weil viele Schauspieler:innen gar nicht die Möglichkeit hätten, sich zu outen, entweder aus familiären oder religiösen Gründen. Oder aus Gründen, die Außenstehende gar nichts angingen. „Ich bin selbst homosexuell. Eine Person, die eine homosexuelle Figur spielt, muss *Liebe* verstehen.“

Hendrys Aufgabe, sagt sie, bestehe nicht nur darin, die richtigen Talente für die richtigen Rollen zu finden. „Wir können den Wandel gestalten. Wir können die Hand heben und fragen, warum hier ein Mann mit einer 30 Jahre jüngeren Frau verheiratet ist. Warum ist das nicht andersherum? Ihr gehe es auch darum, die Privilegien, die sie qua Geburt und Elternhaus erhalten habe, bestmöglich für andere zu nutzen und ihnen die Möglichkeiten zu geben, dem Traum von dem, was sie erfüllt, näherzukommen.

Dass sich Diversität nicht allein im fertigen Produkt durch den Cast bemerkbar macht, sondern auch im Entstehungsprozess, kann Hendry zumindest aus Londoner Perspektive bestätigen. Die Writers Rooms, die Ebenen der Entscheider:innen in den Studios, die Produktionen – viele Stellen seien in den vergangenen Jahren deutlich vielfältiger besetzt worden.

Auf die Frage, welchen Schauspieler sie als nächsten James Bond vorschlagen würde, nennt Hendry den Bob-Marley-Darsteller Kingsley Ben-Adir. Sie überlegt eine Weile, sagt dann Jack Lowden, den Ehemann von Saoirse Ronan, später im Gespräch kommen wir auf Damian Hardung aus „Maxton Hall“ zu sprechen. „Der wäre auch ein guter Bond“, sagt Hendry lachend. Sie betont aber auch, dass James Bond mit Daniel Craig in ihren Augen schon eine angemessene Neuerfindung erfahren habe.

Auch wenn es hier einen anderen Eindruck machen mag: Der Beruf der Casting-Direktion ist kein rein weiblicher. John Papsidera etwa ist ein anderes Schwergewicht der Branche. Er machte Christian Bale zu Batman und Heath Ledger zum Joker. Er besetzt seit „Memento“ sämtliche Filme von Christopher Nolan und baute für „Oppenheimer“ den Cast rund um Cillian Murphy. Papsideras erster Film war „Austin Powers“. Zuletzt castete er für die extrem erfolgreiche Serie „Yellowstone“, in der neben Kevin Costner viele Native Americans mitspielten.

„Wenn ein Casting-Director denkt, er sei da, um Geschmäcker zu prägen, ist das sein Tod.“
JOHN PAPSIDERA

Papsidera lebt in Los Angeles und Nashville, Tennessee. Im Gespräch erweist er sich als aufmerksamer Zuhörer und geduldiger Erklärer. „Am Anfang des Prozesses bin ich eher ein Dramaturg, weil ich die Welt des Drehbuchs interpretiere und versuche, das mit menschlichen Seelen zusammenzubringen.“ Dann setze er sich mit „Chris“ hin – gemeint ist Christopher Nolan –, und sie sprächen über Namen, Gesichter, Stimmlagen, Dialekte, Fähigkeiten.

Die Herausforderung sei, die eigene Interpretation mit den Produktionsbedingungen zusammenzubringen, mit den Ideen und Wünschen der Regie, mit dem Budget – und eben den menschlichen Seelen. „Auf die Frage, wer richtig ist für eine Rolle, brauche ich nicht die eine Antwort, sondern 30 Antworten.“ Papsidera erinnert daran, wie sehr der Beruf jenseits aller Ansprüche an Diversität auch mit Verfügbarkeiten zu tun hat, mit Stars, die das Publikum sehen will, mit Drehplänen, die nicht zu Terminkalendern passen, mit Sachzwängen. „Ich arbeite wirklich hart. Das ist wie das Zusammensetzen eines Schweizer Uhrwerks.“ Übrigens, die Gagen der großen Hauptrollen verhandele meist das Studio, für alle weiteren Rollen er selbst. Ein guter Casting-Prozess basiere weniger auf einem Vorsprechen, sagt Papsidera, sondern vielmehr auf Gesprächen. „Manchmal verändert sich die Perspektive auf einen Schauspieler, wenn ich erfahre, dass er der Erstgeborene in seiner Familie ist.“ Wenn man Papsidera fragt, was eine gute Casting-Direktion heute ausmache, verweist er auf die vielen Agent:innen und Manager:innen, die ihm immer wieder neue Talente vorschlügen, und auf Regisseur:innen, die schon eigene Ideen für den Cast mitbrächten. Papsidera tritt bescheiden auf. Er sagt, Zeitgeist sei das eine. Aber worum es wirklich gehe, sei der gemeinsame Prozess. Es gehe darum, einen Film zu machen, der heraussticht. „Wenn ein Casting-Direktor denkt, er sei da, um Geschmäcker zu prägen, ist das sein Tod. Es geht nicht um uns. Es geht um den Dienst, den wir dem Projekt erweisen. Das ist es, was ich liebe.“ Am Ende, sagt Papsidera, gehe es darum, Menschen mit Geschichten zu berühren. Wie wir das tun, verändert sich immer wieder. Und das ist es, was gutes Casting kann: Veränderung.

Ulf Pape *ist Senior Culture Editor bei* GQ.

ABEN-TEUER AFRIKA

Jahrhundertealte Kulturen treffen auf einzigartige Wildnis. Der heißeste Kontinent der Erde wartet mit extremen Erlebnissen auf – und ausgesucht guten Hotels.

TEXT VON
ULF LIPPITZ

MNEMBA ISLAND – *TANSANIA*

Kaum eine Privatinsel in Afrika liegt so malerisch wie „Mnemba“, knapp 1,5 Kilometer von Unguja entfernt, der Hauptinsel Sansibars. Das Resort mit zwölf schilfgedeckten Hütten beeindruckt mit natürlichem Understatement. Eingerahmt von puderweichen Sandstränden und beschattet von Kasuarinen, fügen sich die muschelförmigen Häuschen in die Umgebung ein: Alles wurde in Cremefarben gestaltet, akzentuiert mit viel Holz, Rattan, Sisal und Korallendetails. Umgeben von Hausriffen – und einem privaten Meeresschutzgebiet, das andere Boote auf 400 Meter vor der Küste beschränkt – bietet „Mnemba“ einen privaten Erholungsraum in dieser zunehmend beliebten Urlaubsregion. Yoga- und Tauchkurse runden den Aufenthalt ab, im Discovery Centre lernen Gäste mehr über den Naturschutz im Archipel und dürfen auf täglichen Ausfahrten ihr Engagement dafür unter Beweis stellen.

andbeyond.com

GRUMETI SERENGETI RIVER LODGE – *TANSANIA*

Die vielfältige Tierwelt hier schlägt selbst die kultivierteste Gastfreundschaft. Flusspferde faulenzen im Grumeti-Fluss vor der Terrasse, Antilopen ziehen durch den nahen Busch, in der Ferne brüllen Löwen. 2022 wurde das Resort im Süden des Serengeti-Nationalparks zu einem modernen Buschversteck mit zehn Villen, Pool, Spa und Restaurant umgebaut. Jeden Tag gehen die Gäste zweimal auf Pirschtour, dazwischen können sie zwischen Yoga, Sonnenbad oder Sundowner wählen. In den Zimmern befinden sich großzügige Bäder mit Marmoroberflächen, riesigen Badewannen mit Blick auf den Fluss sowie Ferngläsern für jede mögliche Tierbeobachtung. Die Lodge ist die ultimative Arche-Noah-Fantasie mit Top-Service, was auch bedeutet: Nach Einbruch der Dunkelheit sind die Zimmer nur in Begleitung eines Guides zu verlassen.

andbeyond.com

BERBER LODGE – *MAROKKO*

Nur eine halbe Stunde Autofahrt vom Souk in Marrakesch entfernt – und doch eine ganz andere Welt: Die „Berber Lodge“ besticht bereits bei der Ankunft mit einem friedvollen Ambiente: Palmen, Kakteen, Olivenhaine, flache Lehmbungalows, und das alles vor der Kulisse des Atlasgebirges. Neun Wohnquader gruppieren sich um das Empfangsgebäude mit Kamin, Bibliothek, Bar und Esszimmer. Die Räume beruhigen das Auge mit einem unaufdringlichen Chic: Terrakotta-Fliesen, Erdfarben, Berberteppiche, Rattanmöbel. Der Duft von frisch gepflücktem Jasmin durchströmt das Anwesen, abends lockt die Tajine mit frischen Quitten und Pfirsichen aus dem nahe gelegenen Garten. Ausflüge mit dem Quad zur Agafay-Wüste oder zu einem Web-Workshop in der Nähe können vom Hotel organisiert werden. Ansonsten heißt es: ausruhen am Pool und die majestätische Landschaft auf sich wirken lassen.

berberlodge.net

SERENGETI UNDER CANVAS – *TANSANIA*

Jedes Jahr begeben sich etwa 1,4 Millionen Gnus – Kuhantilopen mit buschigen Schwänzen und kurzen Hörnern – auf Wanderschaft nach den besten Weidegründen. Vom Süden der Serengeti in den Osten, danach gen Norden und Westen. Die sogenannte „Great Migration“ zieht Tausende Tourist:innen in ihren Bann. Um ihr besser zu folgen, schlagen mobile Glamping-Camps wie „Serengeti Under Canvas“ ihre Zelte fünfmal im Jahr woanders auf – und ziehen mit Segeltuch-Unterkünften, Heißwasserduschen und fahrbaren Küchen auch Zebras, Antilopen und Gazellen hinterher. Neun Safarizelte stehen Naturliebhaber:innen zur Verfügung, darunter auch welche für Familien. Ein Butler kümmert sich um alle Nebensächlichkeiten, ein erfahrener Guide um die Hauptsache: die beste Sicht auf die Tierwelt. Abends erzählen sich alle beim Lagerfeuer von ihren schönsten Naturbeobachtungen.

andbeyond.com

BATELEUR CAMP – *KENIA*

Die Masai Mara gilt als Kenias tierreichstes Reservat und grenzt direkt an die Serengeti. In einem privaten Schutzgebiet in der Nordhälfte eröffnete 1998 das „Bateleur Camp“, das Safari-Wohlfühldesign mit modernem Naturschutz vereint. In zwei Camps stehen Reisenden jeweils neun Segeltuchzelte zur Verfügung. Traumhafte Glashaus-Badezimmer mit viktorianischer Badewanne, eine private Veranda mit versenkten Lounges, Vintage-Silbergeschirr, Kristallkaraffen oder Ledersessel – alles hier entspricht dem Komfort eines 5-Sterne-Hotels. Zweimal täglich fahren Guides mit ihren Gästen in die Savanne, um Gnus, Löwen und Elefanten zu beobachten. Für zusätzlichen Kitzel können Walking Safaris oder Heißluftballontouren gebucht werden, im Spa lässt man sich anschließend die Buckelpiste aus den Muskeln kneten.

andbeyond.com

KISAWA SANCTUARY – *MOSAMBIK*

Dieses Resort auf einer kleinen Insel im Indischen Ozean macht den Malediven-Luxushotels ordentlich Konkurrenz. Bereits die Anfahrt erweist sich als spektakulär: ein siebenminütiger Hubschrauber-Trip vom internationalen Flughafen Vilankulo zu diesem paradiesischen Flecken mit weißen Stränden, Dünen und Küstenwäldern. Acht Residenzen mit Blick auf die Bucht verteilen sich auf dem Gelände. Jede Villa verfügt über einen Elektro-Jeep, einen privaten Semi-Salzwasser-Pool sowie Direktzugang zum Meer. Vor der Ankunft können Gäste bereits ayurvedische Kosmetikartikel auswählen – und eine Wunschliste für den Vintage-Plattenspieler abgeben. Traditionell handgeflochtene Körbe und Tropenholzmöbel sorgen für eine stilistische Anbindung an die Region, drei Restaurants für lokales Fine Dining mit viel frischem Meeresgetier. Zum Sonnenuntergang fahren traditionelle Dauen die Gäste aufs Meer.

kisawasanctuary.com

PHINDA FOREST LODGE – *SÜDAFRIKA*

Das private Schutzgebiet Phinda existiert seit 1990 in der südafrikanischen Provinz KwaZulu-Natal, einer der fruchtbarsten Regionen des Landes. Mit 300 Quadratkilometern fast menschenleerer Natur ist es etwa so groß wie ein Drittel der Stadtfläche von Berlin. Sechs Lodges befinden sich auf dem Gelände, alle betrieben vom Anbieter andBeyond. Jüngst wurde die „Forest Lodge“, eine Hotelanlage inmitten eines Trockenwaldes, rundum erneuert. Gäste wandern über einen Pfad zu den zwölf Bungalows auf Stelzen, drum herum zwitschern Vögel und staksen braun-weiß gestreifte Antilopen durchs Dickicht. In einer Art Freiluft-Esszimmer können Reisende abends ihr Fleisch vom Grill holen, vom Swimmingpool aus beobachten sie Paviane in der Ferne. Auf Safaritouren erleben sie unter anderem Geparden und die seltenen Spitzmaulnashörner, um die sich ein besonderes Schutzprogramm kümmert.

andbeyond.com

AL MOUDIRA – *ÄGYPTEN*

Was für europäische Ohren nach einer Prinzessin aus „1001 Nacht“ klingt, heißt auf Arabisch einfach „die Chefin“. So nannten die Handwerkenden Zeina Aboukheir, die 1999 dieses Boutiquehotel am Westufer des Nils nach ihren Vorstellungen errichten ließ – und die Besitzerin entschied sich, den Spitznamen für das Hotel zu benutzen: „Al Moudira“. Der zwei Hektar große Rückzugsort am Rande der Nubischen Wüste, in der Nähe von Luxor und dem berühmten Tal der Könige, verfügt über eine Palmenoase mitsamt natürlicher Quelle, 57 Zimmern, darunter fünf Villen und drei Apartments. Ein Großteil der Einrichtung wurde aus ausrangierten Teilen alter Villen in Alexandria und Kairo herbeigeschafft: Marmorfliesen, handgefertigte Holztüren, bemaltes Glas, sogar manche Springbrunnen. Upcycling der besonderen Art, das bereits Gäste wie Mick Jagger und Kate Moss goutierten.

moudira.com

VILLA MABROUKA – *MAROKKO*

Dieses Hotel in Tanger vereint die Leitmotive zweier Designer: Modeschöpfer Yves Saint Laurent erwarb den modernistischen Bau einst, um es zu seinem „Haus des Glücks“ (so die Übersetzung des Namens) zu machen und hier an seinen Kollektionen zu arbeiten. Der britische Gestalter Jasper Conran kaufte das Anwesen 2019 und verwandelte es in ein Boutiquehotel für höchste Ansprüche. Der Garten mit seinen romantisch anmutenden Bögen erhielt er, die Räume modernisierte er mit dezenten Erdtönen und fügte Gartenhütten, eine Dachterrasse, drei Restaurants und eine Kaffeebar hinzu. Insgesamt zwölf Zimmer können Gäste nun in diesem mondänen Refugium buchen. Der Blick über die Pool-Landschaft mit üppigem Palmen- und Zitronenbaumbestand reicht über den Atlantik bis hinüber zum Golf von Gibraltar. Ein Ensemble des vollendeten Geschmacks, das man nur ungern wieder verlässt.

villamabrouka.com

FOTO: ANDREW MONTGOMERY IMAGES COURTESY OF VILLA MABROUKA.

ELMSLEY
HOTEL

MOUNT NELSON – *SÜDAFRIKA*

Beim Landeanflug sieht man ihn: den Tafelberg, Kapstadts bekanntestes Wahrzeichen. In seinem Schatten transformiert sich die „Mother City“, wie die Südafrikaner:innen die Fünf-Millionen-Metropole nennen, seit Jahren zu einem touristischen Hotspot. Hier treffen erstklassige Hotels und Restaurants auf eine beeindruckende Museenlandschaft. Das „Mount Nelson“ zählt seit Langem zu den ersten Übernachtungsadressen Kapstadts. Wer sich nach Ritualen alter Schule sehnt, findet im rosarot getünchten Kolonialbau sein Glück. 198 Zimmer und Suiten beschwören das britische Empire mitsamt den dazugehörigen Ritualen herauf. Der High Tea im 5-Sterne-Haus ist auch für viele Capetonians eine Gelegenheit für gepflegte Völlerei. Zu Tee, Scones und Gebäck setzt man sich auf den Rasen und tut so, als befände man sich zu Zeiten Churchills, dessen knappes Lob für das Hotel lautete: exzellente Einrichtung.

be1mond.com

LA MAMOUNIA – *MAROKKO*

Es wird sich kein 5-Sterne-Haus auf dem afrikanischen Kontinent finden, das schon derart viele Prominente unter seinem Dach beherbergte. Das 1929 eröffnete „La Mamounia“ begrüßte Paul McCartney, Franklin Roosevelt und Marlene Dietrich, Alfred Hitchcock drehte hier einen Thriller. Seine Lage nahe dem zentralen Markt Djemaa el Fna und der Koutoubia-Moschee machte das Hotel schon immer zu einem beliebten Treffpunkt. In diesem Palast, der zu Teilen der Königsfamilie Marokkos gehört, darf man sich selbst wie eine Majestät fühlen. Maurische Einflüsse durchziehen die Zimmer: sanfte Grün- und Rosatöne, fein ziselierte Stuckarbeiten, gemusterte Fliesen. Marmorbrunnen und ein 25 Meter langer Swimmingpool finden sich auf dem parkähnlichen Anwesen genauso wie drei 700 Quadratmeter große Privat-Riads, die Diskretion und Abgeschiedenheit versprechen.

mamounia.com

AMANJENA – *MAROKKO*

In der Lobby grüßen hoch aufragende Säulen und mit Blütenblättern gefüllte Marmorbrunnen. Im zentralen Innenhof platzierte Stararchitekt Ed Tuttle ein Jadebecken unter dem Wüstenhimmel, legte schattige Wege neben plätschernden Kanälen an und destillierte so lokale Einflüsse zu einem gestalterischen Statement. Seit das „Amanjena“ 2000 in der Nähe von Marrakeschs Zentrum eröffnete, genießen qualitätsgewohnte Reisende diese Mini-Stadt. David Beckham etwa feierte im Luxusresort seinen 40. Geburtstag. Jeder der 32 Pavillons erinnert an einen kleinen Riad, in dem die Gäste unter majestätischen Kuppeln und diskreten Spotlights ruhen; einige der Villen verfügen über einen Privatpool. In drei Restaurants wählen Hungrige zwischen japanischen, marokkanischen und italienischen Gerichten.

aman.com

ANGAMA AMBOSELI – *KENIA*

Das Kimana-Schutzgebiet, etwa drei Stunden Autofahrt südlich von Nairobi, gehört zu den Erfolgsprojekten des kenianischen Naturschutzes. 844 Familien haben ihre Grundstücke zusammengelegt, um einen wichtigen Korridor für die migrierende Tierwelt zu erhalten. Das Unterfangen finanzieren sie unter anderem mit der vor einem Jahr eröffneten Lodge. Zehn spektakuläre Unterkünfte stehen am Fuße des Kilimandscharo bereit, etwa 40 Minuten vom Amboseli-Nationalpark entfernt, allesamt wie traditionelle Bomas – also umzäunte Familiengehöfte – aufgebaut und mit Segeltuch überdacht. Das Design erinnert an die berühmten Bewohnenden des Schutzgebietes: die majestätischen Elefanten. Grautöne in den Räumen spiegeln ihre Färbung wider, während geschwungene Formen – vom Couchtisch bis zur Toilette – an ihre Gestalt erinnern. Die Wände im Lehmziegelstil sind zum Teil aus dem Dung der Tiere gefertigt.

angama.com

FOTO: BRIAN SIAMBI.

WHITE SAND VILLAS – *TANSANIA*

Über Jahrhunderte hinweg betrieben persische und arabische Kaufleute auf Sansibar Handel, heute besuchen Tourist:innen aus aller Welt das Eiland, um weißen Sand, türkisfarbenes Wasser und den scheinbar endlosen Ozean zu genießen – insbesondere, um sich nach einer Safari zu entspannen. An der Südostküste der Sehnsuchtsinsel befindet sich dieses Resort mit seinen 18 exklusiven Villen. Jede verfügt über einen eigenen Garten, manche auch über eine Dachterrasse mit Sonnensegel, und alle werden vollständig mit erneuerbarer Energie betrieben. Die Grünanlagen sind so angelegt, dass die Gäste viel Privatsphäre haben, aber auch einen einfachen Zugang zum Strand mit eigenem Strohdach und Liegestühlen. Als Aktivität empfiehlt sich der Besuch der Mwani Zanzibar Mamas in Paje, wo einheimische Frauen Algen für naturbelassene Kosmetik anbauen.

whitesandvillas.com

● DRINK DER SAISON

Salicutti MILK PUNCH

VON
JÖRG KRAUSE
VON DER
TANTRIS BAR
IN MÜNCHEN

ZUTATEN

500 ml Salicutti Vermouth
60 ml Zuckersirup
70 ml Zitronensaft
70 ml Orangensaft
3–4 Zesten von der Orange und Zitrone, möglichst in Bio-Qualität
50g frische Minzblätter, grob geschnitten
300 ml Milch, kann auch laktosefrei sein

ZUBEREITUNG

Alle Zutaten außer der Milch in ein Gefäß geben, verrühren und über Nacht im Kühlschrank ziehen lassen. Am nächsten Tag durch ein Sieb abseihen und die leicht erwärmte Milch dazu geben. Wenn sie flockt und gerinnt, die Mischung etwa 10 Minuten stehen lassen. Durch ein Passiertuch mehrfach filtern, bis die Flüssigkeit ganz klar ist. Danach in eine Flasche abfüllen und kühl aufbewahren, bis der Drink serviert wird.

Die nächste Ausgabe der GQ erscheint am 10.04.2025

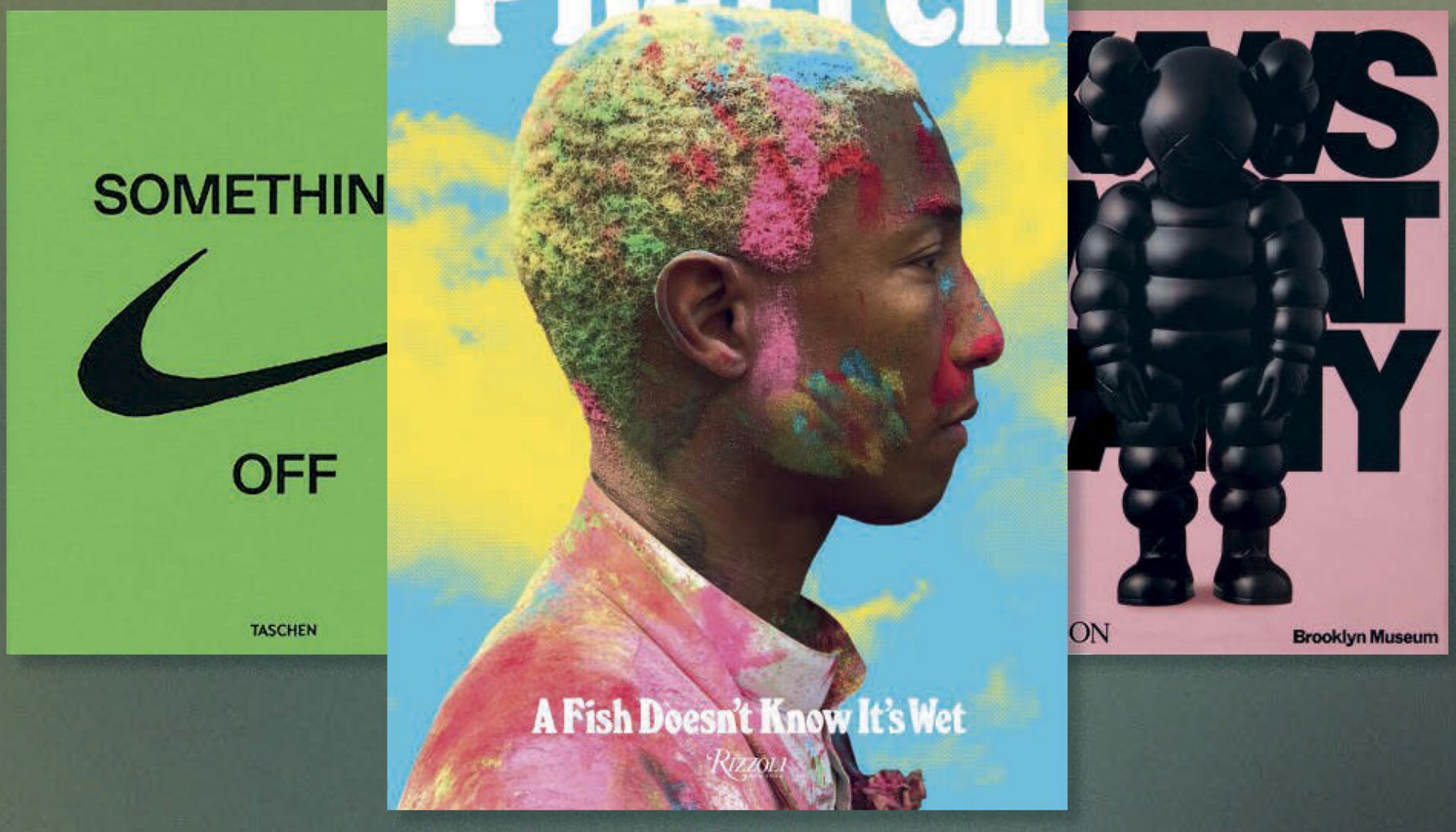
FOTO VON ALEJANDRA HAUSER

GQ ERSCHEINT IN DER CONDÉ NAST GERMANY GMBH, OSKAR-VON-MILLER-RING 20, D-80333 MÜNCHEN; TEL.: 089/38104-993, FAX: 089/38104-270; AMTSGERICHT MÜNCHEN HRB 56733, UST-IDNR. 129318 186; MANAGING DIRECTOR EUROPE: NATALIA GAMA
JAHRESABONNEMENTPREIS NUR 42,50 € (A: 42,50 €; CH: 65 CHF) FÜR 6 AUSGABEN PLUS ZUZAHLUNG. ERSCHEINT 6X IM JAHR. NACH ABLAUF DES MINDESTBEZUGSZEITRAUM IST DAS ABONNEMENT JEDERZEIT KÜNDBAR (ALLE PREISE INKL. MWST. UND VERSAND).
SELBSTVERSTÄNDLICH KÖNNEN SIE DER NUTZUNG UND VERARBEITUNG IHRER DATEN FÜR WERBUNG ODER MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG JEDERZEIT KOSTENLOS WIDERSPRECHEN UND DEN ONLINE-NEWSLETTER JEDERZEIT ABBESTELLEN.

GQ

NEW YEAR, NEW DEAL

Kunst, Style & Stories – direkt auf deinen Coffee Table.



Die besten Bildbände für das neue Jahr: Nike-Legenden, Louis Vuitton: Virgil Abloh, Kaws und viele mehr – JETZT ENTDECKEN IM GQ JAHRESABO AB 58,50 €

gq.de/abo

LOUIS VUITTON

louisvuitton.com